

Universidad Nacional de Rosario

Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales

Escuela de Comunicación Social



Tesina de Grado

Licenciatura en Comunicación Social

Identidades 2.0:

Análisis de perfiles de jóvenes en Instagram

TATIANA HARIKI

Director: Sebastián Castro Rojas

Co-directora: Mariana Patricia Busso

Rosario 2016

Agradecimientos

*Agradezco y dedico este trabajo a las personas que me apoyaron
a lo largo de mi carrera y que hicieron posible que llegue a la etapa final.
Les debo las gracias por sobre todo a mi familia: a mis abuelos Carmen y Alejo,
A mi mamá Silvia y a Eduardo y a mi papá Milton.
Agradezco a mis tutores Mariana y Sebastián
por su tiempo y dedicación durante todo el trayecto
que significó hacer este trabajo.*

Índice

Introducción.	6
----------------------	----------

CAPÍTULO I

La identidad y los jóvenes.

-Sobre el concepto de identidad.	8
-Las redes como expresión de identidad.	15
-El lugar de la juventud.	23

CAPÍTULO II

La imagen y la fotografía en el entorno digital.

-Instagram: una red social fotográfica.	31
-La imagen en la red.	36
-La voz de la fotografía.	40

CAPÍTULO III

La construcción de la subjetividad en los perfiles

-El punto de partida.	49
-Identidades manifiestas.	52
Lo que dicen los perfiles.	52
El contenido y la estética.	59
El lenguaje de los cuerpos.	68
Consideraciones finales.	77
Bibliografía.	83
Anexos.	86-106



Capítulo I

La identidad y los jóvenes

Introducción

No se puede negar que vivimos en conexión, que la vida de las personas también fluye a través de canales de comunicación digital y hoy más que nunca. El surgimiento de las nuevas tecnologías digitales, el impulso de las redes de comunicación y con ellas las redes sociales configuran un ambiente que repercute en la producción y en la configuración de las subjetividades contemporáneas, produciendo nuevas formas de relacionarse y de expresar la identidad.

Estas tecnologías emergentes, conducen a una necesidad constante de innovación y actualización en materia de contenido. Aparece así, una cultura que cumple con este precepto en donde los usuarios de Internet realizan un registro permanente y actualizado de lo que hacen en sus vidas cotidianas, trasladado al mundo digital en la web. En esta vorágine, los medios poseen un papel primordial en cuanto son los que brindan un espacio con las herramientas que

posibilitan la participación activa del usuario para moverse entre estas dos constantes de manera creativa y libre.

Podemos hablar hoy del predominio de una “interacción mediada por la pantalla” en donde todo lo que se comunica tiene que ser codificado digitalmente, expresado en fragmentos de información que son contruidos por medio de acciones más o menos conscientes: los usuarios adaptados a este escenario tecnológico pueden compartir sus subjetividades a través de imágenes, textos y videos que surgen como discursos emergentes a partir de las más variadas redes sociales, que autorizan caminos para la presentación de sí. El sujeto contemporáneo dispone así en sus manos de las herramientas necesarias para crear historias referentes a sí mismo y formas de expresión por medio del contenido que aporta en la red.

Respondiendo al interrogante de cómo se construye la identidad digital y de quiénes somos en la red, es así es como en el mundo virtual, uno se revela en lo que publica, en el contenido que crea; uno modela su propia

identidad -los rasgos y características con los cuales nos presentamos ante las redes sociales. Por ello, es relevante reflexionar y tener una mirada crítica hacia este fenómeno por el cual todos de alguna manera u otra somos partícipes. En este marco, en el de un mundo más convergente, más colaborativo, que nos seduce a participar en él, creando constantemente y re-creándonos en él, no podemos dejar de resaltar la significancia que ha cobrado la cuestión de la identidad su manipulación en las redes sociales.

Debemos pensar a la red no sólo como un espacio de expresión, sino que también a raíz de ello, como un espacio digital en donde dejamos nuestras marcas individuales ante un colectivo, que hacen a la identificación personal de cada uno de nosotros. Las subjetividades mediadas por los dispositivos inauguran así en la era de la convergencia mediática ciertas formas de visualización personal que se dibujan en el ciberespacio.

En este contexto, trataremos de analizar la

construcción de la identidad en la red, tomando precisamente a la red social Instagram, una plataforma cuyo soporte principal son las fotografías. Partiremos con el objetivo de analizar los procesos de subjetividad que los jóvenes de 16 a 18 años del colegio La Inmaculada de Rosario construyen a partir del contenido fotográfico que suben a la misma. Como consecuencia, se tratará de comprender las modalidades de construcción identitaria de los jóvenes usuarios a partir de los elementos que brinda la plataforma -en su arquitectura- que son propios de dicha red social, así como en el contenido que éstos suben a la misma.

Para comprender los procesos de identidad en dicho estudio se llevará a cabo una metodología de corte cualitativo en donde se analizarán 10 perfiles o cuentas de Instagram de los mismos a través de una observación no participante tomando el material fotográfico de los jóvenes como soporte de análisis principal. A lo largo del trayecto, se decidió dividir al corpus en tres capítulos:

1) El primer capítulo intenta aclarar los conceptos básicos y perspectivas a las cuales adherimos para comprender el tema a estudiar. Se expone la noción identitaria a la cual aplicamos para analizar la subjetividad entre los jóvenes, así como también se busca dar a entender cómo las redes constituyen hoy un escenario en donde los sujetos se expresan y pueden ampliar su Yo. Por último, se intenta situar de manera teórica el lugar que los jóvenes ocupan en nuestra sociedad contemporánea, qué los caracteriza y cómo se relacionan con el mundo de las redes.

2) En el segundo capítulo por otra parte, se realiza una breve presentación de la aplicación Instagram para que se pueda entender más adelante, cómo las características del medio afectan a la construcción de la subjetividad y los modos en que esta elaboración se realiza. También se trata sobre cómo funciona la imagen - siempre hablando en términos de identidad-

en los espacios digitales y cómo por otro lado, la fotografía puede servir como medio de expresión identitaria.

3) En el tercer capítulo, finalmente se abre parte al análisis de los perfiles de los jóvenes usuarios para poder comprender, retomando conceptos anteriores, la dinámica con la cuál construyen sus identidades tomando como ejemplo los casos de análisis. En este capítulo se describe todo aquello que se ha examinado a partir de la observación de dichos perfiles haciendo hincapié en *Lo que dicen los perfiles* de éstos jóvenes, en *El contenido y la estética* de aquello que publican y *El lenguaje de los cuerpos* en las fotografías de los mismos como ejes principales que nos permiten entender las formas de construcción identitaria.

4) En el último capítulo exponemos una consideración final a modo de conclusión del trabajo.

Sobre el concepto de identidad

La identidad ha sido objeto de numerosos estudios a lo largo del tiempo, pero con el advenimiento de las nuevas tecnologías de la información, de las diferentes plataformas mediáticas y el surgimiento continuo de nuevas redes sociales que tan pronto pasan a formar parte de la vida cotidiana de las personas, los conceptos de identidad y subjetividad van adquiriendo diferentes matices y manifestaciones. El sujeto está viviendo en un mundo de transformaciones frenéticas, así, con cada espacio que surge en la red, se abren paso a nuevas instancias de prácticas y comunicación, encarnando consecuentemente nuevas formas de significación y repercusión en la construcción de las identidades personales de los usuarios.

Es así como el estudio de la relación entre subjetividad y las redes se convierte en una

constante sin fin. Con todo esto, es necesario primero apuntar que los diversos enfoques que tratan sobre la identidad –dejando de lado el factor de lo digital, que más adelante retomaremos– han surgido para evidenciar que las nociones identitarias acerca del sujeto se han multiplicado por el creciente afán de una comprensión, por la heterogeneidad existente en el campo de las visiones, así como también como reflejo de los cambios socioculturales que se han producido en los últimos tiempos.

Dentro del gran meollo de interpretaciones, han surgido dos concepciones que caben destacar. Éstas consideran a la identidad y a la noción de igualdad en términos paralelos, Brubaker y Cooper (2001) las enmarcan a cada una de ellas dentro de lo que llaman “concepciones fuertes o débiles” –una más elástica que la otra–, cristalizadas en la discusión entre esencialismo y constructivismo –paradigmas acerca de la identidad–. En ellas, el terreno de la cultura y de la identidad es tratado de manera diferente. Grimson (2010) sostiene que la postura esencialista por

ejemplo, se apoya en el fundamento de que la identidad proviene directamente de la cultura. Es decir que prevalece una noción de homogeneidad entre ambos conceptos, es por eso que trata al fenómeno de la identidad como algo invariable o fijo, como una estructura dada y heredada culturalmente, como ser las prácticas, los valores y costumbres de un determinado grupo social. Desde esta perspectiva, cultura e identidad pasan a ser equivalentes, es decir sinónimos, cada cultura tiene una esencia y una identidad que le es propia. Con esto, vemos por qué estas nociones fuertes de identidad colectiva se ubican dentro de las denominadas concepciones fuertes: implican nociones fuertes de límites -fronteras claras entre un adentro y un afuera- y homogeneidad -la identidad como algo común a todos los grupos-.

Junto a esta perspectiva, la problemática de la identidad ha sido también tratada y pensada sin embargo, -en las últimas décadas- dentro de un contexto más actual, el de una sociedad complejizada, globalizada, que incita a considerarla

dentro de un marco distinto en donde se producen cambios a nivel mundial. Hall (2010) encuentra su fundamento en esta perspectiva y nos habla acerca de una “modernidad tardía”, para hacer referencia a estos cambios culturales producidos a fines del siglo XX que cambiaron el panorama de las sociedades modernas y que representan hoy a la identidad del sujeto posmoderno.

Hall explica que para arribar al concepto de hombre posmoderno se pasa por tres concepciones de identidad diferentes a lo largo del tiempo. La primera nos habla del “sujeto del iluminismo” centrado y unificado que desde el momento de su nacimiento poseía su Yo definido, es decir con un núcleo interior estable e intocable -como lo habíamos mencionado anteriormente en la visión esencialista-. Una segunda noción se da con el “sujeto sociológico” como reflejo de la complejización del mundo moderno y por lo tanto, de la necesidad de re trabajar en la noción previa de identidad y de sujeto, en donde se empieza a considerar a la misma como parte de procesos sociales en donde el papel de los otros adquiere relevancia como

influencia exterior que acrecientan características al Yo, como la cultura y costumbres dentro del contexto en que se encuentra. Una tercera instancia surge en un contexto de crecimiento, en donde las relaciones sociales, culturales, económicas y políticas se estrechan cada vez más de manera global, dando lugar al sujeto posmoderno, que asume identidades múltiples o distintas posiciones de sí.

Las dimensiones de influencia vistas desde el sujeto sociológico, adquieren ahora una dimensión global considerando que el sujeto actual no sólo considera el contexto de su alrededor, sino que éste puede trascender las fronteras de su círculo. Una persona que utiliza Instagram por ejemplo, puede tomar valores y significados de otros usuarios ubicados en otro espacio-tiempo diferente del que se encuentra y tomarlos como objeto de identificación. Hall expone que “la identidades nunca se unifican y, en los tiempos de la modernidad tardía, están cada vez más fragmentadas y fracturadas; nunca son singulares, sino construidas de múltiples maneras a través de los discursos,

prácticas y posiciones diferentes, a menudo cruzadas y antagónicas” (Hall, 2010, p. 17). De este modo sostiene igualmente que las identidades nunca son objeto de algo definitivo y acabado, sino que son objeto de una construcción siempre en proceso. Así, esta perspectiva implicará considerarla como un constructo simbólico personal y a la vez social, siempre en condiciones de cambio y permanente construcción y nunca asociado a una estructura cristalizada, inamovible en un ambiente cada vez más interconectado.

Grimson (2010) señala como consecuencia de estos últimos cambios, la desacreditación de los relatos nacionales que hacían referencia a la homogeneidad -el binomio cultura/ identidad pensada en relación a una comunidad territorial- así como también, la hipervisualización de las migraciones causada por el creciente desplazamiento de las personas a lugares distintos del de sus países de origen. Así es como las bases sobre las cuales se construía la cultura, apoyados en la territorialidad y en la integración no pueden ser -a nuestro modo de ver- pensadas de igual manera en un mundo

globalizado. En la base de este pensamiento está entonces el paradigma constructivista – o posmoderno– que surgió para contrarrestar los postulados tan criticados que sostenía el esencialismo, cuyo gran aporte según Grimson, ha sido el de desvincular el concepto de cultura de identidad al postular el carácter construido de las identidades. Esto nos señala que “las fronteras de la cultura no siempre coinciden con las fronteras de la identidad. Es decir, dentro de un grupo social del cual todos sus miembros se sienten parte, no necesariamente hay homogeneidad cultural” (Grimson, 2010, p.3) y radica aquí el porqué de la necesidad de tal desvinculación del concepto de identidad y cultura en estos términos.

En este marco, es menester determinar de manera precisa cómo pensamos aquí a la identidad, ya que normalmente cuando se hace referencia a ella, el término puede resultar un tanto anfibológico e implicar como vemos, un mundo de conceptualizaciones que intentan explicarla. En este contexto, comprendemos a la identidad como fenómeno siempre dentro de un entorno globalizado en el cual las

distancias y espacios no conforman un límite en cuanto a la comunicación entre individuos ausentes, como lo explica Hall (2010). Por el otro lado, también la consideramos como proceso dialógico, que implica como consecuencia, la singularidad como práctica de diferenciación que no puede existir y constituirse a su vez, sin relación a un “otros”. Dado que para definirse y adquirir una identidad que a la vez es la que hace particular a una persona se necesita también de elementos diferenciales que lo contrasten con los valores y creencias de los demás, estas dos características son considerados dos puntos de un mismo eje.

Es debido a ello que Hall (2003) retomando a Laclau, considera a la identidad como un “acto de poder”, porque toda identidad, implica un acto de exclusión cuando notamos que se constituyen a través del juego de la diferenciación y por lo tanto, de la jerarquización: “las identidades son puntos de adhesión temporaria a las posiciones subjetivas que nos construyen las prácticas discursivas (...) son las posiciones que el sujeto está obligado a tomar, a la vez que

siempre sabe que son representaciones” (Hall, 2010, p.20).

De esta manera, al hablar de identidad, no sólo debemos asociarla con el terreno de lo individual y de lo personal. Si trasladamos este concepto de la identidad al mundo de la web -de acuerdo a esta concepción simplista- tampoco podemos pensarla de ese modo: ya que en las redes sociales en el momento de construirla, por naturaleza también supone una relación de vínculo con aquellos que están en conexión. Esto nos demuestra que lejos del espacio en donde se construya la identidad, siempre supondrá y llevará consigo estos factores intrínsecos. A partir de estas consideraciones, estamos en posición de explicar por qué comprendemos al fenómeno identitario en la red a través de una perspectiva relacional y dinámica, en contraposición con el paradigma objetivista o esencialista. De esta forma, el Yo no se convierte en un producto de un fenómeno estático, que se mantiene a lo largo del tiempo, sino más bien de interacciones sociales entre los otros y nosotros que nos van modificando.

Anteriormente hablábamos de la necesidad de desligar los conceptos de cultura e identidad para no pensar a la una como sinónimo de la otra. Sin embargo, llegan a ser nociones que guardan una gran relación de vínculo porque el proceso de construcción de la identidad es también cultural. Grimson (2010) propone definir a la cultura como “nuestras prácticas, creencias y significados rutinarios, fuertemente sedimentados” y a la identidad como “nuestros sentimientos de pertenencia a un colectivo” (p.3). Asimismo, explica que estos componentes culturales son producto de las innumerables clasificaciones que emergen en la sociedad y que son incorporadas en el sentido común de los individuos. Quiere decir esto, que la identificación se produce siempre dentro de una categoría o clasificación disponible, lo que el autor llama “caja de herramientas identitarias”, que permiten a las personas identificarse a sí mismas, así como también a los demás.

En esta línea, podemos ver que son varios los autores que han trabajado la noción de identidad en base a su dimensión discursiva,

Restrepo (2007) por ejemplo, define a la identidad en una de sus formas como “discursivamente constituidas”, en donde es el discurso quien las crea y modifica. Por eso, éste es impetuoso: tiene fuerza para atravesar los cuerpos o bien como dice el autor, para producir “efectos materiales” y así, alteraciones en la realidad y en nuestros modos de ser. Los imaginarios colectivos, las categorías socialmente compartidas, todas ellas forman parte de la cultura y se encuentran presentes en los discursos con los cuales se definen los individuos.

Hall (2003) plantea en los mismos términos a la relación de identidad como propia del discurso, es decir, producidas dentro de él, por lo que señala a la identidad como “el punto de sutura entre, por un lado, los discursos y prácticas que intentan interpelarnos, hablarnos o ponernos en nuestro lugar como sujetos sociales de discursos particulares y, por otro, los procesos que producen subjetividades, que nos construyen como sujetos susceptibles de decirse (...) Son el resultado de una

articulación o encadenamiento exitoso del sujeto en el flujo del discurso” (Hall, 2010, p.20). La condición subjetiva de los sujetos depende de estos discursos que los construyen, que transforman al Yo. Es por eso que el concepto de identidad debe mirarse también como componente de una dimensión comunicativa.

Así es como podemos pensar a la identidad, multifacética en su carácter, como un bricoleur¹ que se construye con elementos tanto internos como externos para la configuración de los individuos -y aquí retomamos a la idea de Bruner (2013) para explicar a ambos- siendo los primeros casi innatos, como los sentimientos, la memoria y la subjetividad y los segundos, elementos del afuera, que implican a los demás en la constitución de nuestro Yo. Esto se hace evidente, cuando internalizamos tanto las expectativas como las opiniones que actúan como un proceso de reflexión sobre nosotros mismos. Es entonces como -siguiendo la línea

¹ Palabra de origen francés, también conocida en español como *bricolaje*. Se trata de una técnica manual que consiste en utilizar diversos materiales para crear un objeto nuevo.

del autor- podemos pensar a la subjetividad, al Yo como un “arte narrativo”, como una narración de sí mismos, porque la identidad surge a través de la forma en cómo nos representamos y somos representados por los demás. Y es en este arte -haciendo hincapié nuevamente- que la cultura se hace partícipe de este proceso cuando “los actos narrativos dirigidos a crear el yo son guiados típicamente por modelos culturales tácitos e implícitos de lo que éste debería ser y naturalmente, de lo que no debe ser”, “todas las culturas ofrecen presupuestos y perspectivas sobre la identidad” (Bruner, 2013, p.94-95).

En base a esto, es interesante pensar a la identidad según la mirada de Hall (2003), como algo estratégico y posicional, ya que vemos que la identidad resulta de entornos específicos, históricos e institucionales, cada cual atravesadas por discursos diferenciados y con determinadas estrategias enunciativas.

Todas estas implicancias culturales que de cierta manera atraviesan la configuración del Yo se ven reflejadas también -como

mencionaremos en el apartado posterior- en las redes sociales, siendo que éstas funcionan para los individuos como espacio ideal de expresión con respecto a la construcción de una imagen de sí mismos.

Las redes como expresión de identidad

La denominación de los distintos tipos de la World Wide Web surge a partir de la necesidad de nombrar los cambios que se dan en la forma de consumir y entender a Internet. Estos nuevos usos y concepciones dan lugar a nuevas prácticas de los usuarios que se desarrollan en relación a los distintos periodos de la Web que marcan un antes y un después en su evolución. Así, la denominada Web 1.0 -o la primera generación de la Web- que surge con Tim Berners Lee² y que marcó el principio, se caracterizaba por el uso de un lenguaje de programación, basado en hipertextos y conocido como HTML para la creación de páginas webs y sus contenidos. En ese entonces, el lenguaje en el que se basaban,

² Científico británico creador de la WWW en 1959. Fundador y director de la organización de carácter internacional World Wide Consortium (W3C), en donde se desarrollan protocolos para promover el desarrollo en cuanto al potencial y al crecimiento de la World Wide Web. Información disponible en: <https://www.w3.org/People/Berners-Lee/>

era propios de los programadores o desarrolladores, es decir aquellos pocos que detentaban el conocimiento para la intervención en las mismas.

Como consecuencia de ello, la participación e interacción durante este periodo de la Web por parte de los usuarios corrientes eran casi nulas. La Web 1.0 posibilitó el mundo de la conectividad y se caracterizó por ser de naturaleza puramente informativa, en donde los usuarios podían acceder a la búsqueda y al acceso de todo tipo de información así como a sitios de diversa índole. Por el otro lado, paralelamente primaba un entorno en el cual los usuarios eran pasivos: la información estaba disponible, pero el lugar que se le atribuía a los individuos era el de la lectura y observación ante el contenido que se disponía en la red. Es en este contexto que nace la era de la información, en un periodo predominado por computadoras de escritorio en el cual la participación de los usuarios era restringida.

Sin embargo con los cambios tecnológicos en materia de comunicación e información que se

han dado hasta la fecha, existe hoy una distancia abismal cuando recordamos los años 90: el hecho indudable que permitió modificar el panorama fue la democratización de Internet que produjo una importante ruptura en cuanto a los modos de participación en las redes. Con ello, se abre un importante debate acerca del cambio y del papel que cumplen hoy los consumidores mediáticos. Estos cambios que implican una nueva forma de aprender, de participar y relacionarse con el texto y los demás nos permiten cuestionar el surgimiento de nuevos fenómenos que emergen con el desplazamiento del antiguo paradigma de la comunicación de masas y que son identificados con el surgimiento de la cultura multimedia o participativa.

Este cambio de posicionamiento implica otra manera de pensar a las audiencias: ya no es posible hablar de audiencias pasivas, sino interactivas que además de ser consumidoras, son generadoras y potenciales productoras de sus propios contenidos; audiencias deseosas de compartir opiniones y experiencias con el resto del mundo. Hemos dejado por lo tanto

atrás, el único papel que se le atribuía al sujeto como un simple receptor. Nos encontramos así, en un espacio que Henry Jenkins (2008) identifica como la era de la convergencia: “donde chocan los viejos y los nuevos medios, donde los medios populares se entrecruzan con los corporativos, donde el poder del productor y el consumidor mediático interaccionan de maneras impredecibles” (p.4).

En simples palabras, este cambio cultural atravesado se relaciona con el hecho de que los consumidores ya no se identifican con un solo canal, sino al contrario, con la generación de conexiones entre diferentes medios. Esta convergencia cultural, implica no solo cambios en el ambiente de la cultura, sino que también en lo que respecta a lo social, lo tecnológico e industrial, por lo que se ha afectado a la forma en que usamos y nos relacionamos con los medios. Cabe destacar, que todo ello fue posible en la medida en que los cambios tecnológicos ocurridos hasta el momento y que han llegado para atravesar a un ritmo acelerado casi

todos los estratos y ámbitos de nuestra vida social.

Dentro de este giro tecnológico, la red ha posibilitado y brindado un sinfín de tácticas para cambiar esa relación vertical de “arriba abajo” que caracterizaba al consumidor de antes y de la cual nos habla Jenkins (2008). A partir de esto, la convergencia tecnológica resultó entonces en la transmutación de la antigua brecha que existía entre un productor y un consumidor mediático, relación determinante en la Web 1.0. El acrónimo que mejor define esta nueva relación es la de “prosumidor”³, consumimos contenidos mediáticos pero claramente, también poseemos la capacidad y la libertad para crearlos. En un entorno digital en el que el intercambio de información se hace posible a tan sólo un click de distancia, el prosumidor es protagonista de la revolución 2.0.

La Web 2.0 refleja este cambio de paradigma que tiene como centro dos conceptos

³ Término acuñado por el futurólogo Alvin Toffler (1980) en “The third wave” (La tercera ola), para explicar la naciente relación entre consumidores y productores.

fundamentales, el de la participación, en el cual O’ Reilly⁴ (2005) señala el “aprovechamiento de la inteligencia colectiva, que transforma la web en una especie de centro global” y el de la interacción como factor consecuente. Esta web no sería tan evidente sin el surgimiento de las redes sociales cuya participación en la creación de contenido puede manifestarse en diferentes maneras. Hoy, la participación es más abierta que nunca y ha marcado un cambio en la manera en que las personas administran su identidad en las redes sociales.

Las redes sociales son “páginas de servicios que permiten a los individuos (1) construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema interconectado, (2) articular una lista de otros usuarios con los que comparten conexión y (3) ver y recorrer su lista de conexiones y las realizadas por otros dentro del sistema” (Boyd y Ellison, 2007, p.2). Dentro de este espacio, movido por la interacción de sus usuarios, numerosos investigadores estudiaron a las

⁴ Fundador de O’ Reilly Media y del concepto Web 2.0.

redes como una puerta hacia la exploración de la identidad. Un estudio pionero en esta temática es el de Turkle (1992) que en *La vida en la pantalla* profundiza acerca de la identidad en el auge de la era de Internet a través del estudio etnográfico sobre la interacción de los usuarios en ciertas comunidades virtuales -MUDS- y salas de chat. La autora utiliza una metáfora para describir la identidad cuando estamos en conexión que remite a las diferentes ventanas que abrimos en el ordenador permitiéndonos situarnos en varios lugares al mismo tiempo. Lo que connota esto, es la idea de identidad en términos de multiplicidad.

Para Turkle el usuario puede autocrearse y mostrar un “yo flexible” distinto en cada una de las ventanas de la interfaz del ordenador en donde la vida misma fuera de ella -offline- pasaría a conformar otra ventana más. De acuerdo a esta metáfora, Internet se configura como un espacio atractivo para el experimento y el juego con los diferentes aspectos que conforman el yo para “proyectar personajes alternos”: la

posibilidad de una personalidad repartida con existencia en muchos espacios ejerciendo diversos roles o papeles al mismo tiempo. Los espacios virtuales son así lugares en donde “la gente no solo se convierte en lo que juega a ser, sino que interpreta lo que es o quien quisiera ser o quien no quiere ser” (Turkle, 1992, p.243).

Sin embargo, la libertad que disponen los individuos para probar diferentes identidades, aparece aquí como algo que tiene muy poco que ver con la propia. Es por eso que esta versión que brinda una cierta caracterización ha quedado obsoleta en cuanto a esto se refiere, ya que durante todos estos años la red ha cambiado significativamente. Las redes sociales contemporáneas que han surgido, como Facebook, Twitter, Instagram - por mencionar las más importantes, cada una con formatos y fines que los caracterizan- han hecho que el éxito de las salas de chat y de aquellas comunidades virtuales quedase relegado en aquel viejo pasado. El surgimiento de estas redes que hoy prosperan, han impregnado a sus usuarios con prácticas totalmente

opuestas a aquéllas y por lo tanto, de nuevas formas de expresarse en cuanto a la identidad se refiere.

No hay un “desdoblamiento” del Yo en referencia a la vida en línea y fuera de línea, sino que se produce un fenómeno contrario. Actualmente de cierta manera, las personas asimilan cada vez más su identidad por fuera de la pantalla con la que expresan en las redes: sus vidas se entrelazan entre ambos. Esto se debe a numerosas razones, en principio por el formato que las redes sociales presentan y que por lo tanto, delimitan la forma en que la persona puede expresar su identidad. Un común denominador, por así decirlo entre la mayoría de los sitios de redes sociales, es que en ellas poseemos un perfil vinculado a un nombre y a un apellido, -aquello por lo cual somos identificados y referidos por los demás-. Por otro lado, en términos generales, muchas de ellas piden al usuario que aporte una descripción de sí - si así lo desea- y de información personal, como el lugar donde viven y trabajan, la edad, el sexo, especificaciones acerca de gustos e

intereses, y la lista puede aún hacerse más larga. Es decir, que el individuo presenta y añade información de sí que se corresponde con la realidad. Todo lo que el usuario hace en las redes está vinculado a su identidad y aquello que hace a su identidad, abarcando todas las formas de expresión: comentarios, publicaciones y otras acciones manifiestas en la red.

Es importante destacar que esta relación del usuario en cuanto a estos aspectos mencionados es un ejemplo de una expresión controlada por parte del mismo ya que es éste quién decide qué mostrar y exponer ante las demás personas que conforman su círculo virtual. Es en este nivel que podemos decir que las redes permiten manejar las impresiones.

Siguiendo esta línea, a pesar de que las identidades en este dentro y fuera de línea que posibilita la web, guarden una relación de coherencia con la realidad, cabe aclarar que no tienen por qué corresponderse y ser exactas con ella. De hecho, existen diversos factores que dan prueba de ello. Si bien hay elementos en las redes que se vinculan de

manera factible con nuestra identidad personal fuera de la red, existen otros -no tan perceptibles a primera vista- que las actualizan y reestructuran. Estamos hablando de las acciones -controladas- que toman los individuos en línea para mostrarse a sí mismos. En concordancia con este aspecto, Yus (2010) por ejemplo, refuerza la idea de que todo lo que hace el usuario en estos sitios, como la publicación de fotos, videos, estados, comentarios y otros actos, son indicadores de las diferentes facetas de la identidad del usuario en cuestión que a través de las formas de feedback o retroalimentación existentes culminan en el ajuste de la identidad. Estos actos implican la exhibición de información selectiva que caracteriza a cada usuario: los valores y creencias, gustos o intereses son parte de la dinámica que hacen a la imagen virtual de cada uno.

Como decíamos, Internet se presenta como un lugar en donde los jóvenes dan sentido a su identidad (Morduchowicz, 2012). Es allí en donde la creación de un perfil en las redes sociales permiten, a través del intercambio

con los demás usuarios, la recuperación de preguntas tales como “quién soy, cómo me veo a mí mismo y cómo me ven los demás” (Morduchowicz, 2012, p.37) ya que todo lo que se sube a las redes, está pensado en función de los otros. Es por eso que la identidad en internet, adopta un papel estratégico al tener en cuenta la percepción ajena. La red se presenta así como un poder, entre los cuales brinda autonomía en tres dimensiones: decisión de visibilidad, de navegación infinita y en la producción y manipulación de contenidos para la web (Morduchowicz, 2012).

Es en esta producción de contenidos en las redes, que la exposición del Yo se expone siempre a la mirada de los demás. En tanto esto, la antropóloga Paula Sibilia en *La intimidad como espectáculo* (2008), afirma por ejemplo, que en el siglo XXI nos encontramos en la sociedad -valga la redundancia- del espectáculo que promueve y convoca a que las personalidades se muestren. En esta línea, hoy encontramos que “se hablan de personalidades alterdirigidas y no más introdirigidas,

construcciones de sí orientadas hacia la mirada ajena o exteriorizadas, no más introspectivas o intimistas” (Sibilia, 2008, p.28).

En Internet, la ficcionalización del sujeto pasa a un segundo plano para dar lugar a un Yo que se muestra real. Este efecto de lo real no necesita hoy basarse en empirismos puesto que en esta sociedad se es *lo que se ve*, hecho constatado a través de las narraciones del Yo, en donde el sujeto protagonista es considerado capaz de legitimar aquello que dice y muestra ante los demás. Sin embargo, para poder percibir a la realidad plenamente como tal, Sibilia expone que tendrá que ficcionalizarse con recursos mediáticos: así es cómo llegamos a Espectacularizar el Yo. Es en este aspecto justamente que radica la importancia en aquello que se publica cuando se intenta dar una imagen determinada según aquello que queremos mostrar, a través de la exposición de determinados contenidos. Cuando el otro acepta aquella imagen que queremos exhibir por el simple hecho de que somos nosotros quien lo expone, en este sentido, las

publicaciones funcionan como elemento de prueba y qué más evidente que una fotografía.

En síntesis, a través de todos los datos expuestos podemos caracterizar que la identidad se construye en base a los demás - aquellos que integran nuestra red social junto a nosotros- y en base a nuestras acciones en la web. Cuando Sibilia (2008) expone acerca de la relevancia de la mirada del otro y de ésta como confirmación de la propia existencia, las redes pasan a constituir un centro sustancial. El contacto permanente con los demás usuarios hace que sea considerado un lugar en donde la presencia y mirada del otro sea consistente. Por eso, nuevamente, todas las acciones que tomamos en línea siempre están dirigidas hacia un otro, que ve e interactúa con todo aquello que ponemos a su disposición. Son los “otros” los que adquieren una importancia a la hora de mostrarnos al mundo.

Nos definimos por ser seres únicos, por ser distintos a los demás, pero también en esa definición aflora el sentimiento o necesidad

de identificación o pertenencia a un determinado grupo o visión social que se complementa con la nuestra. Como vimos, de eso se trata la identidad. Por eso, es determinante la aprobación o valoración positiva de los demás en cuanto a aquello que nuestro ser. Esa definición de la identidad se da en referencia a los demás, quienes me ven y certifican. La opción del “Me gusta” -o *Like*-, es un claro ejemplo de lo que venimos hablando. Se encuentra presente en casi todas las redes sociales -como Instagram- e incluso en sitios para otras funciones, que sin embargo, no dejan de ser sociales. Es evidente que el papel del otro y de su aprobación ocupa un lugar central sobre lo que hacemos y mostramos y por supuesto que ello repercute en nuestro “yo social”.

El lugar de la juventud

Para abarcar el objetivo del trabajo de manera apropiada acerca de cómo los jóvenes gestionan su identidad en la red social Instagram a través del contenido que crean en la misma, debemos exponer en primera instancia qué entendemos por “juventud”. La variable *jóvenes*, aparece por lo tanto como una categoría central a desarrollar para comprender el fenómeno; es por ello que no solo se hace indispensable realizar una delimitación en cuanto a su acepción, sino también, para evitar la polisemia a la que puede dar lugar. Y esto se debe conjuntamente a que la juventud - precisamente desde inicios del siglo XX- ha dado lugar a una plétora de estudios como objeto de interés y discusión a través de las más variadas vertientes teóricas y disciplinares -sociológicas, antropológicas, psicológicas, etc.- que han surgido a lo largo del tiempo para comprender las peculiaridades que permiten definir a los jóvenes en un determinado periodo de la sociedad.

Definimos así a la juventud como una etapa de transición y como proceso; según Urbieta (2003) es un concepto que está sujeto a los cambios que derivan de la sociedad, ya que es la sociedad misma la que actualiza las concepciones y formas valorativas sobre la juventud. Es en este sentido en donde estriba la dificultad de este concepto hasta la fecha, porque su definición se presta a un estado de construcción siempre abierta, determinada por las eventualidades del campo de lo social.

De esta manera, resulta notorio que las nociones que giran en torno a la concepción de juventud en la sociedad tienen un efecto directo en cuanto al campo de acción de los individuos, es decir en cuanto a la modelación o configuración de sus prácticas cotidianas. En este contexto, explica el escritor que todas las instituciones sociales existentes, desde la familia hasta por ejemplo las instituciones como el colegio, establecen formas de trato con respecto a los jóvenes: cómo deben ser tratados, cuáles son sus límites y demás,

siendo éstas por lo tanto “productoras de juventud”.

Si pensamos a la juventud en términos etarios y biológicos estaríamos entonces dejando de lado su importante dimensión social y cultural, además del económico que funciona como un considerable condicionante del modo en que se es y se vive la juventud. La juventud aparece entonces asociada a una construcción cultural y al respecto, Urcola (2003) sostiene que en el concepto de juventud debemos considerar las “marcas sociales”, es decir, las representaciones sociales que son las que generalmente marcan el paso de una etapa a otra en la vida de las personas. Así es como la misma pasa a ser un “modelo simbólico- valorativo”, con un “significado y mandato asociado a la construcción del futuro así como también asociado a la voluntad transformadora que permita renovar y rejuvenecer las bases que sustentan la dinámica social” (p.49).

Junto a esta visión, en la Modernidad, se comienza a relacionar a la juventud con el retraso al ingreso en el mundo laboral para que el joven pueda tener un mayor desarrollo

en términos educativos (Urcola, 2003). Es decir que -y esto comporta también a una construcción del imaginario social- pasar a formar parte del sistema laboral y de las obligaciones que ello implica, así como la asunción de las responsabilidades civiles, está más asociada a la idea de madurez que a la idea de juventud.

Dentro de las representaciones que circulan en el imaginario social, Bourdieu (2002) afirma la idea de que la juventud se encuentra inmersa en relaciones de poder. El autor presenta a la juventud como una palabra que detrás de ella expresa más de lo que parece: una lucha entre generaciones. Con respecto a ello, manifiesta que “la juventud y la vejez no están dadas, sino que se construyen socialmente en la lucha entre jóvenes y viejos” (Bourdieu, 2002, p.164). De esta manera, cuanto más cerca se encuentren del polo del poder los jóvenes, más atributos del adulto tendrá. Por otro lado, Bourdieu posiciona el análisis que lleva a cabo sobre la juventud históricamente. Esta relación existente entre los menores y mayores, se basa como

bien sostiene el autor, en la posesión del saber -o capital cultural acumulado- y de la experiencia, expresada en la devaluación de los títulos a mitad del siglo XX por la masificación y el incremento en el caudal de alumnos- sufrida por las escuelas secundarias-, llevando a que se produjera como fuente de legitimación en los viejos, la experiencia; y en los jóvenes, los títulos poseídos.

Más allá de las definiciones de juventud que se centran en ella como algo constituido socialmente, es también necesario pensarla dentro de un contexto más amplio. Esto no quiere decir que no retomemos esta visión, lo hacemos pero añadimos junto a ella la posibilidad de pensar a la juventud actual en relación a la dimensión tecnológica. Morduchowicz -especialista en cultura juvenil que ha realizado varios estudios acerca de la relación entre los jóvenes y las pantallas con abordaje en el eje identidad en Argentina- en su anteúltimo estudio titulado *Los adolescentes del siglo XXI* expone una interesante afirmación que nos ayuda a comprender la relación de los

jóvenes con la coyuntura tecnológica en la cual se encuentran cuando sostiene que hoy, “las casas de los adolescentes tienen más pantallas que libros, diarios y revistas” (Morduchowicz, 2013, p.21) para arribar a la conclusión de que los adolescentes sin excepción de clase social, viven en un mundo de pantallas.

Pormenorizar entonces a la juventud sin considerar este factor sería una equivocación, pues la aparición de las tecnologías digitales -aunque no solo digitales- que por cierto eclosionan a pasos agigantados, dio lugar a una generación forjada por la tecnología que creció y se desarrolló junto a ella, inmersos en el software y el hardware del momento. Esta generación es la que conforman los jóvenes de hoy nacidos en la era digital, los llamados “nativos digitales”⁵, aquella

⁵ El término junto con el de Inmigrantes digitales, fue acuñado por Marc Prensky en su artículo *Nativos Digitales, Inmigrantes Digitales* (2001) con énfasis en la comprensión sobre el retroceso de la educación a partir de ambos conceptos que marcan una brecha generacional en términos de cognición, es decir, en el modo en que una generación -Nativos- y otra -Inmigrantes- procesa la información cuya

generación que nació después de los 90' que no conoció la invención de los aparatos tecnológicos -hoy en día tan naturalizados- por tan solo mencionar el teléfono celular, la cámara fotográfica, las computadoras o incluso Internet, porque simplemente ya existían.

Para Prensky (2001) los nativos digitales, pertenecientes a una cultura digitalizada, son los que “funcionan mejor conectados” (p.2), justamente porque esta generación nació con determinadas tecnologías como parte integrante de sus vidas, por ende, no resulta extraño que estos individuos se caractericen por los preceptos que hoy imponen las mismas: la instantaneidad, la multi-tarea -también conocida como multitasking-, individuos en constante conexión e interactuando con el medio y su entorno en un ritmo mucho más acelerado y naturalizado. Este hecho, los pone en contraposición con los “inmigrantes digitales”, definidos por el autor como aquellos que no nacieron en la era digital y

relación es establecida según la pertenencia a un entorno tecnológico determinado.

que por lo tanto al desplazarse en este entorno ajeno -no familiarizado- buscan obtener las habilidades digitales que fueron adquiridas por los nativos de manera espontánea.

La construcción de la juventud - como vimos condicionada de manera histórica, social y cultural- da lugar a diferentes generaciones en diferentes etapas de la historia. A partir del momento en que en el siglo XXI las tecnologías de la comunicación pasan a constituir un rasgo característico de la juventud moderna, varias terminologías han surgido para tratar de describirla conforme a esta realidad, según las cuales dos de las tantas existentes son útiles para demarcar nuestro objeto de estudio. En una primera instancia, podemos pensar a la juventud de hoy con dichas características como la efectiva “generación multimedia” de la cual habla Morduchowicz (2008) en su quinto libro que constituye uno de sus tantos estudios en el cual analiza el acceso, el significado y los modos de uso que hacen los adolescentes de los medios de comunicación y las tecnologías, retomando resultados de una

investigación realizada en abril del 2006 entre jóvenes de 11 a 17 años en Argentina. En él señala que es a partir de los usos que hacen éstos de las tecnologías, lo que permite describirlos como generación multimedia: aquélla que hace referencia tanto a la cuestión de la oferta tecnológica -productos culturales cada vez más pensados y dirigidos a ellos- como al uso en forma simultánea de ella.

En este contexto, los jóvenes usan varias tecnologías y medios al mismo tiempo para realizar diferentes tareas, lo que anteriormente mencionábamos como multitasking y esto precisamente constituye un rasgo esencial que nos ayuda a definir a la juventud contemporánea desde una posición. Así, “Simultáneos e impacientes”, es el título que elige la investigadora para describir a éstos jóvenes pertenecientes a un mundo que se mueve entre el dinamismo y la fragmentación, regido por la velocidad, un “mundo mosaico” en donde todo nuevamente converge en la simultaneidad de las acciones. Hoy por hoy, también los adultos pasaron a formar parte de este aspecto -el

avance tecnológico así lo demanda- pero sin embargo son los jóvenes los que constituyen el grueso de la población más destacada en cuanto a ello, con mayor naturalidad y eficacia en sus acciones.

Siguiendo esta línea, es asimismo interesante destacar cómo Gardner junto a Davis (2014) en su estudio comparativo entre los nativos digitales y los que conforman la era predigital, definen a una generación en términos de los medios de comunicación, es decir, que la tecnología vendría a ser un componente que define a una generación y que por lo tanto, su duración dependería de la perdurabilidad de las innovaciones tecnológicas, llevando a que por las mismas razones, unas generaciones sean más breves que otras: “deberíamos entender a una generación como una era en la que las tecnologías concretas entran en auge, y especialmente, una era en la que los jóvenes -normalmente los primeros adoptantes- llegan a emplear una tecnología concreta de un modo pleno, natural y fluido: es decir, nativo” (Gardner y Davis, 2014, p.61).

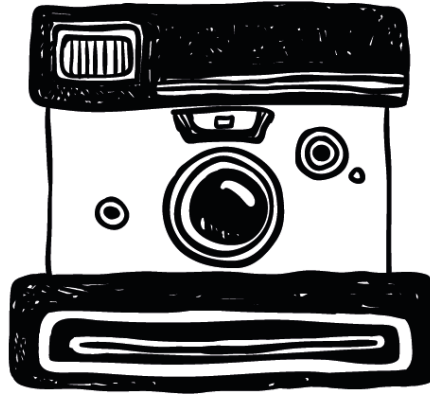
En base a esto, los autores describen a los jóvenes actuales como parte de la “generación APP”, crecidos en un ambiente en donde el uso de Smartphones se hace indispensable en nuestro día a día, en donde las aplicaciones para dispositivos móviles – también formadores de la identidad– proliferan jugando un papel central y resultando tan prácticas como necesarias no sólo para comunicarnos, sino también para facilitar nuestras tareas cotidianas, desde elegir en dónde ordenar comida hasta en qué red social asociarnos para establecer determinadas relaciones –buscar pareja, hacerse y comunicarse con amigos, etc.-

Es de esta manera como vamos esbozando *el Lugar de Los jóvenes* en la era digital, que pasa también por Internet y más precisamente, por las redes sociales. Siguiendo con Morduchowicz, la misma expone a los jóvenes como protagonistas principales cuando de sitios de redes sociales se trata, ya que éstos son los que más uso hacen de ellas. Destaca así mismo, por ejemplo que un adolescente argentino se conecta a Internet diariamente, siendo su uso principal el de

la comunicación con sus pares (2012). Así, la cuestión de lo digital es clave para entrar al mundo de éstos: efectivamente no sería ajeno pensar a las redes sociales como “soportes para la sociabilidad” (2008) como un espacio por excelencia de los jóvenes, cuando de nuevo, el principal uso que hacen de Internet es para comunicarse. Precisamente, es en esa comunicación a través de las redes en donde se evidencian expresiones del sujeto en cuanto tal.

En tanto esto, podemos considerar a los sitios de redes sociales también como un lugar de los jóvenes asociados a las posibilidades de manifestación de sí mismos que éstas ofrecen. Hoy, gran parte de la autonomía de los jóvenes se ve reflejada en la conectividad (Morduchowicz, 2012), siendo la red, un lugar que se muestra como “la única cuota de poder efectivo que los jóvenes experimentan” (p.25). Los sitios de redes sociales se presentan por lo tanto como un campo que los dota de una cierta autonomía y es dentro de ella, en donde los jóvenes también van configurando su identidad como tales según las opciones y

posibilidades que el medio propone, apoyándonos siempre desde el concepto de que cada tecnología que surge -re-configura de una manera determinada y diferente a la identidad, a la forma en cómo la gestionamos y desarrollamos nuestras acciones - creativamente o no- como expresión de ella.



Capítulo II

La imagen y la fotografía
en el entorno digital



Instagram: una red social fotográfica

Instagram es una forma divertida y peculiar de compartir tu vida con amigos a través de fotografías. Saca una foto con tu teléfono móvil, y luego elige un filtro para transformar la imagen en un recuerdo para conservarlo por siempre. Estamos construyendo Instagram para permitirte experimentar momentos en las vidas de tus amigos a través de fotografías. Imaginamos un mundo más conectado a través de las fotos⁶.

A sí se presenta Instagram a más de sus 500 millones de usuarios activos, según el blog oficial de la plataforma. Desde su lanzamiento en octubre del 2010, Instagram pasó por constantes transformaciones en cuanto a sus funcionalidades y estética. En su comienzo,

⁶ Información disponible en: <https://www.instagram.com/about/faq/>

fue diseñado para funcionar como una APP⁷, disponible únicamente para dispositivos móviles con sistema IOS⁸ aunque luego se hizo disponible en formato Web –poco usado– y adaptado a teléfonos con otros sistemas operativos debido a la gran popularidad que significó como plataforma nueva basada únicamente en fotos y para extender por supuesto, su alcance a más personas. Así es como la principal forma de comunicación de la aplicación es la visual, es decir la interacción a través de la imagen fotográfica. Es interesante también destacar el significado que esconde la palabra Instagram según sus creadores:

Cuando éramos niños amábamos jugar con cámaras. Amábamos cómo diferentes tipos de

⁷ Es la abreviación de la palabra inglesa “Application”, para designar la aplicación de software diseñada para ser instalada en dispositivos móviles como celulares y tablets. “Una app puede ser limitada o amplia, sencilla o compleja y tanto en un caso como en el otro, está perfectamente controlada por la persona u organización que la haya diseñado (...) Son rápidas, satisfacen una demanda y aparecen justo a tiempo. Podemos entenderlas como atajos que nos llevan directamente a donde queremos ir, sin necesidad de hacer búsquedas en línea” GARDNER (2014; p.20).

⁸ Es conocido como el sistema operativo de la marca americana Apple Inc.

*cámaras antiguas se calificaban como instantáneas –algo que damos por hecho hoy. También sentíamos que las tomas que la gente estaban haciendo eran como telegramas en el cual eran mandados a través de cables hacia otros –entonces comprendimos, por qué no combinar los dos?*⁹

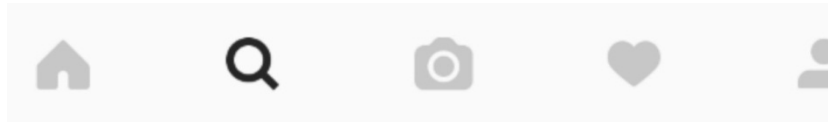
Instagram fue entonces inspirado por la clásica cámara de modelo Polaroid que en 1947 presentó al mundo la primera fotografía instantánea cuyo éxito persistió hasta el surgimiento de las cámaras que hoy conocemos tan familiarmente como digitales. Instagram toma de ella la noción de instantaneidad: fue pensado para usuarios conectados a través de sus celulares, usuarios cuya plataforma les ofrece movilidad en tanto a que los contenidos que crean son compartidos y generados mientras se encuentran en tránsito, es decir, mientras están moviéndose por el mundo que está por fuera de sus casas.

Recrear la idea de Polaroid en la era digital, en donde las personas utilizan

⁹ Información disponible en: <https://www.instagram.com/about/faq/>

celulares de alta gama -smartphones- supuso el uso de filtros de edición de fotografías para volver a ese toque vintage que identificaba a la fotografía instantánea clásica de aquella época. Es así como Instagram propone 23 tipos de filtros distintos para aplicar a las fotografías y darles un toque de presencia en el pasado en tan sólo minutos. De hecho, en sus orígenes, la aplicación tuvo como ícono la figura de una cámara Polaroid, hasta que mucho después se cambió por un diseño mucho más minimalista, pero siempre usando una cámara como objeto de representación y dichos criterios.

Instagram es un sitio de red social y en su interfaz principal se estructura con cinco iconos que facilitan la navegación de la aplicación:



- En el icono que representa a una persona es en donde accedemos al perfil que cada persona dispone y que puede ser tanto público como privado, según el modo en que se desee configurarlo, en donde el usuario tiene un espacio para presentarse ante los demás. El mismo tiene la opción de colocar junto al perfil su nombre y apellido o la forma en la que quiere que los demás usuarios lo identifiquen según un determinado nombre, su sitio web si es que lo tiene, así como también dispone de un lugar para escribir aquello que desea a modo de presentación, es decir una breve biografía de sí. En el perfil, por el otro lado se encuentra la información sobre cuántas publicaciones ha realizado el usuario, así como también la lista de personas que forman nuestro círculo de conexiones en Instagram, la cantidad de seguidores y seguidos.

A nivel visual, ofrece un álbum entero con fotos y videos -opción recientemente agregada en agosto del

2016 y conocida como *Instagram Stories*-. Estos contenidos son de carácter ilimitado, un usuario puede subir cuanto material desee. Las fotografías poseen un formato cuadrado para la exhibición, haciendo referencia una vez más, a aquellas fotos que se obtenían con la máquina Polaroid, reiterando la idea de lo instantáneo. Debajo de cualquier fotografía o video, el sujeto puede hacer uso de hashtags¹⁰. Lo que ellos ofrecen, son también la oportunidad de interacción, en ambos contenidos, el usuario puede poner el clásico “Me gusta” que aparece en otras redes sociales, como signo de aprobación ante lo que se le es mostrado. En Instagram, el Me gusta se genera pulsando dos veces el dedo sobre la pantalla, en el cual acto seguido, aparece la figura de un corazón sobre

la fotografía en representación del ya mencionado Me gusta.

El usuario puede también comentar ante la fotografía, y el sujeto que sube contenido lo puede compartir en otros sitios de redes sociales como ser Facebook, Twitter, Tumblr, Swarm o Flickr. Aquí vemos que los contenidos pueden fluir hacia otros medios sociales y podemos aplicar la ya mencionada teoría de Jenkins (2008) acerca de la convergencia mediática, en el cual un mismo contenido fluiría por diversos canales.

- En el ícono del corazón, el usuario dispone de una sección “Siguiendo” en donde podemos controlar las actividades que nuestros contactos realizan, como cuando comienzan a seguir nuevos usuarios y ponen Me gusta en otras fotografías. Y de otra sección “Tú” en la cual aparece el registro sobre lo que los contactos o seguidores hacen sobre el contenido que el usuario dueño de un perfil sube, es decir, la interacción que tienen con él.

¹⁰ Funcionan como etiquetas que facilitan búsquedas, con el cual permite que el usuario pueda clasificar sus fotos de acuerdo a un contenido o temática mediante el signo # delante de una palabra. Son muy usadas en redes sociales como Twitter y Facebook.

- El icono de la cámara nos permite el acceso directo a nuestra cámara del dispositivo móvil para hacer una toma y subirla de modo instantáneo o a nuestra galería de fotos del celular para seleccionar aquello que se desea subir. Es en esta sección que se disponen de los distintos filtros que ofrece Instagram, así como otras herramientas de edición de fotos que permiten ajustar la temperatura, el brillo y contraste, la saturación de la imagen, etc. En las fotografías existe la opción de “geolocalizar” el lugar en el que uno se encuentra, es decir de marcar en un mapa virtual la dirección en donde se toma la fotografía, así como también la opción de “etiquetar” a otro usuario que aparece en ella.
- Dispone de un muro -bajo el ícono de la lupa- en donde podemos ver fotografías de diferentes usuarios de todo el mundo cuyos perfiles son públicos, es decir, de acceso no restringido e interaccionar si se desea a través de una determinada

reacción que propone la plataforma. Por otro lado, en este mismo espacio, la aplicación dispone de un chat que permite la comunicación tanto con los amigos que tiene en la lista como con cualquier otro que no -si la cuenta no es privada-

- Finalmente, bajo el icono de la casa, aparece nuestro muro personal, es decir un lugar en donde podemos ver todas las fotos y videos de las personas a quienes seguimos.

La imagen en la red

Los medios digitales suelen plantear la cuestión existente entre lo corpóreo y lo etéreo, es decir una faceta en donde aparece el punto de lo abstracto y lo volátil en tanto una persona puede encontrarse al mismo tiempo entre dos dimensiones: la virtual, mediada por lo tecnológico y la del contexto físico en la que se encuentra. Ambas dimensiones son dos tipos de realidades en la cual se encuentra inserto el individuo cuando ingresa al mundo de las pantallas, hecho que comúnmente confunde a las personas -como expresamos en el apartado anterior, la vida en y fuera de línea no se debe pensar en términos antagónicos-. Es por ello que a lo virtual, no debemos asociarlo con lo ficticio e inexistente, las cosas que hacemos en línea como la publicación de ciertos contenidos, permiten ampliar y extender con libertad y creatividad los caracteres de la realidad que ya nos componen con nuestra propia impronta.

En *Qué es lo virtual*, Levy (1999), asocia a lo virtual como un modo de ser en donde los procesos de creación sobre la realidad física están presentes, como un proceso que implica el paso de un modo de ser a otro. Y sostiene que lo virtual no se opone a lo real, sino a lo actual en términos de espacios y velocidades, es por eso que “desterritorializa”, supone la fuga de un aquí y ahora implicando una separación física-temporal que se materializara en otro sitio- tiempo y que sin embargo, no por ello debemos pensarla como algo imaginario, ya que supone la producción de efectos concretos. Este autor, sostiene que los medios de comunicación son uno de los elementos más virtualizados y virtualizantes. Con el incremento del uso de los gadgets tecnológicos que potencian la interactividad social, el cuerpo también se virtualiza adquiriendo nuevas velocidades y presenciando nuevos espacios. Para el autor, en el espacio virtual, el cuerpo no implica una desaparición, sino más bien, una multiplicación.

El mundo de las redes existe y como tal, tiene implicancias reales en la vida de las personas que las mismas incluyen. Es en este aspecto que decimos que se produce una correlatividad entre lo virtual y la realidad física- presencial. Lo virtual por lo tanto debe ser entendido como el modo de existencia en donde puede emerger tanto el factor de la verdad como de la mentira. Y es en este contexto que podemos pensar el tema identitario a través de la metáfora de la representación teatral que utiliza Goffman (1977) para explicar la interacción social partiendo de la base de que cuando nos mostramos ante otras personas, intentamos transmitir -de manera consciente o inconsciente- una determinada impresión sobre nosotros mismos. Podemos entender ahora a la imagen virtual como una imagen construida e idealizada.

En su teoría toma al teatro como metáfora de la vida cotidiana. En ella intervienen tres elementos fundamentales a tener en cuenta: por un lado, el individuo previamente mencionado, el que hace las representaciones ante los demás, el escenario del teatro, el

lugar en donde el mismo actúa según representaciones trasladado al escenario de la vida real y finalmente tenemos al público o espectador, que equivale al otro, al receptor de las mismas.

Si lo transferimos a la web, ésta refleja un espacio ideal para funcionar como el escenario en donde podemos actuar, adoptando distintos personajes o “máscaras” que desempeñan un rol, el “sí mismo”, el yo que quisiéramos ser según Goffman, el tipo de imagen que se espera que se nos atribuya. Éstos personajes, reflejarían la imagen virtual o construida de la que hemos estado hablando, frente al público que todo lo ve, frente a nuestros amigos y conocidos que son parte de la red. Aquí vemos nuevamente cómo el papel del otro siempre se encuentra presente cuando hablamos de identidad, ¿de qué serviría una actuación o performance -en términos del autor- sin un espectador? Goffman (1977) considera a la vida social entonces como “una fuente de impresiones dadas a otros o recibidas por otros” (Goffman, 1977, p.265) y en esas impresiones, las actuaciones deben

incorporar los valores que acredita o legitima la sociedad y con los cuales son juzgados. Esto es justamente lo que nos sucede en la web, en cuanto nuestra imagen está siendo constantemente evaluada según parámetros sociales aceptados. Es por ello que hay una tendencia a compartir una imagen atractiva de sí en el mundo digital en relación a la aceptación del papel que cumplimos.

Cuando hablamos sobre las tecnologías digitales, es evidente que ellas ofrecen una flexibilidad cada vez más grande para la construcción de sí ante los demás. Hablamos de una mayor flexibilidad en cuanto a herramientas que cada medio específico brinda y que permite construir nuestras identidades de diversos modos. Como vemos, existe la posibilidad de que otros factores que hacen a la identidad de una persona puedan ser modificados según el escenario – de la red- en el que se encuentre, hablando en términos goffmanianos. Los elementos que brindan las redes, de cierta forma potencian esta capacidad que tienen los usuarios para formar una imagen como

impresión de sí al elegir el tipo y el modo en que se brinda la información.

Creemos finalmente interesante –al respecto de lo que se viene tratando- comentar acerca de la existencia de *Excelencias y perfecciones*¹¹, un proyecto reciente –y el primero en este rubro- llevado a cabo sobre la presentación de las mujeres en línea: retrata cómo Instagram puede fabricar historias a través de narrativas que permiten crear las fotografías de los usuarios. Historias que pueden ser moldeadas de acuerdo a la impresión que se quiere dar sobre uno mismo a través de la imagen transmitida en el contenido publicado. Dicho proyecto, pone en evidencia la cuestión de la identidad y de la manipulación de las imágenes en las redes sociales así como el vínculo existente entre la identidad en

¹¹ Nombre del proyecto realizado en el año 2014 y protagonizado por la argentina Amalia Ulman. Se tratan de 175 fotografías publicadas de manera estratégica en Instagram que luego fueron exhibidas como obra de arte en la ciudad de Londres en la galería Whitechapel y en Tate Modern (2016) *Performing for the Camera*, para el análisis de la relación entre fotografía – actuación – identidad. Fotografías disponibles en el perfil aún vigente de la misma: www.instagram.com/amaliaulman.

línea y fuera de ella. En el mismo, la representación de un personaje a través de ciertas tendencias estereotipadas o convencionalismos sobre los estilos de vida de las mujeres jóvenes contribuyó a dar una imagen “más real” acerca del personaje creado por Ulman -la protagonista del proyecto-. Esto nos deja en claro lo que Turkle (1992) apunta con respecto al polifacetismo de la identidad en tanto a la creación de diversos Yos y que así mismo, las redes sociales contribuyen a reproducir las narrativas tradicionales que se presentan en la sociedad más que distanciarlas. La virtualidad de la red se presenta siempre como un mundo conexo con el cotidiano.

Con respecto a la red social Instagram -lo que aquí nos interesa- nos encontramos con muy escasos recursos en materia de investigación -quizás debido a su reciente surgimiento como plataforma- en relación a la gestión de la identidad en cuanto a los contenidos que propone la misma y es debido a ello que un estudio con pretensiones de abordar esta temática sería pertinente.

Por otro lado, como hemos expresado anteriormente, Internet da lugar a diferentes espacios virtuales como las redes sociales, en donde los individuos se relacionan a través de una forma peculiar: en un espacio en donde se produce el distanciamiento de los cuerpos se da un fuerte protagonismo a la presencia de imágenes, entre ellas a la fotografía. Hoy en día nos situamos en una cultura en donde prima lo visual y es a través de ella que los individuos se muestran al mundo y dan una imagen de sí. De esta manera, la fotografía es un elemento de suma importancia que no puede ser relegada para encaminarnos sobre un análisis acerca la producción de la subjetividad.

La voz de la fotografía

Pareciera que la presente era de la imagen y de lo visual comienza, como manifiesta Sontag (2010) cuando *“Todo culmina en fotografía”* (p.44). Lo que claramente permitió una producción mayúscula de imágenes en continuo despliegue fue el paso de las cámaras analógicas a las digitales. A partir de este hecho que la autora designa como “industrialización de la fotografía” se dieron lugar a dos fenómenos emergentes relacionados con el cambio de la forma en que los sujetos y las fotografías se empezaron a relacionar. Esto incluye no solo la accesibilidad a este medio tecnológico sino que también la distribución de fotografías en Internet, que proponen una fácil proliferación de las mismas y de las cuales los sitios de redes sociales son los principales participantes en este escenario. En un cuento que relata Calvino (1953), una cita que se adelanta al futuro no podría representar mejor nuestro ambiente contemporáneo:

*“Basta a empezar a decir de algo: ¡Ah, qué bonito, habría que fotografiarlo! Y ya estás en el terreno de quien piensa que todo lo que no se fotografía, se pierde, es como si no hubiera existido y por lo tanto, para vivir verdaderamente hay que fotografiar todo lo que se pueda, y para fotografiarlo todo es preciso: o bien vivir de la manera más fotogramable posible, o bien considerar fotogramable cada momento de la propia vida”.*¹²

La actualidad demuestra que no sólo se trata de vivir una vida más fotográfica, sino más bien, demuestra que es cada vez más común que se considere fotogramable cada momento de nuestras vidas. Corroboramos este fenómeno con tan solo observar el lugar que ha pasado a ocupar la fotografía hoy, en donde fotografiar equivale a mostrar hasta lo más banal de nuestros días.

Actualmente, la fotografía se ha tornado ubicua y es esto lo que explica quizás esta

¹² La aventura de un fotógrafo, relato contenido en la antología *Los amores difíciles* (1953; p. 72). Disponible en: <https://theoryofimage.files.wordpress.com/2010/02/la-aventura-de-un-fotografo-italo-calvino.pdf>

tendencia a regístralo todo, a vivir entre imágenes. No sólo la cámara es portátil y se la puede llevar y usar en cualquier lugar, sino que también lo es el celular, el pequeño aparato que llevamos con nosotros todos los días para comunicarnos y estar comunicados con los demás y gracias a Internet -hoy disponible en ambos aparatos- el registro de cualquier detalle, lugar y escenario del mundo se ha hecho posible, así como también su masividad a niveles impensados.

De este modo, el hecho de vivir como lo dice Calvino de *“la manera más fotografiable posible”* constituye el centro del éxito de redes sociales como Instagram y Facebook y no conduce como lo dice Calvino en su cuento a una estupidez o a la locura, sino que más bien lo vemos como algo que se ha convertido en el retrato de la sociedad del siglo XXI en donde estos medios sociales son las marcas visibles de esta realidad que conlleva la fotografía. Con esto vemos que la fotografía digital no solo puede ser pensada en tanto tecnología sino que también en tanto productora de sentidos, como

producto de prácticas sociales cotidianas y por lo tanto, como un instrumento de comunicación sobre los que pueden ser pensados la identidad de los sujetos relacionados.

La fotografía es objeto de representación y por lo tanto no debemos desconfiar que ella siempre tiene algo más para contarnos y ello es porque toda fotografía constituye un signo¹³. Sontag (2006) explica que las fotografías poseen muchos significados y sostiene que la característica de la imagen fotográfica confirma este aspecto: “ésa es la superficie. Ahora piensen qué hay más allá, cómo debe ser la realidad si esa es su apariencia. Las fotografías que en sí mismas no explican nada, son inagotables invitaciones a la deducción” (Sontag, 2006, p.42). El escenario de la fotografía abre un telón de significaciones: en el momento mismo en que sacamos una foto, estamos

¹³ Entre las definiciones existentes del signo, tomamos a la de Charles Sanders Peirce, que define al signo según una concepción triádica basada en: el signo o representamen, el objeto y lo más importante que agrega, el interpretante, que relaciona el signo y el objeto. Definiendo entonces al signo según el autor como “algo que está para alguien en lugar de algo”.

dotando completamente de significado a aquello que captamos, entran en juego visiones y percepciones del sujeto, aquello que se desea comunicar y aquello que se quiere que las personas tal vez perciban, es decir que entran en escena los mensajes subjetivos que una imagen acompaña.

En el presente siglo, la fotografía se convierte por lo tanto en algo muy importante cuando de redes sociales se trata. Las plataformas para compartir fotos, como Instagram cuyo soporte principal son éstas, son también creadoras de imágenes. Es en este sentido que la fotografía hoy, dota a los individuos de la capacidad para crear identidades singulares, únicas y diferenciadas o como también puede suceder en otros casos totalmente opuestos, crear expresiones de identidades homogéneas que borran estas singularidades. Y esto se debe al fuerte vínculo de lo cultural sobre nuestras prácticas. En el ensayo *Sobre la fotografía* de Susan Sontag (2006), ésta afirma que “las fotografías alteran y amplían nuestras nociones de lo que merece la pena mirar y de lo que tenemos derecho a

observar. Son una gramática y sobretodo, una ética de la visión” (p. 15). En este contexto, las fotografías son un medio que no sólo dicen mucho acerca de nuestra sociedad, sino que también son las que le dan forma.

Los usuarios de hoy adquieren un poder en cuanto a la fotografía y esto se debe en gran parte a la democratización de la misma: la oportunidad de sacar fotos verdaderamente buenas ya no está en las manos de unos pocos, es decir de los profesionales. Cualquiera que posea una cámara, una computadora o un celular, puede narrar una historia y contárselas al mundo de la forma más creativa posible a través de internet. Ya no se necesita de un conocimiento técnico específico para estar al mismo nivel, ya que cualquier usuario tiene el control sobre el proceso de producción de las fotografías en tanto existen innumerables herramientas de edición y es precisamente en esto que se destacó Instagram desde su principio. Con todo esto, partimos de la base de que la imagen participa de manera fundamental en la construcción de la identidad, en la

determinación de la relación de cómo somos vistos por los otros y viceversa. Es por ello que la fotografía cumple un rol central en la gestión de la identidad en cuanto a las redes y más cuando de Instagram se trata debido a su naturaleza puramente visual.

¿Por qué la elección de Instagram como plataforma de análisis? Porque las fotos constituyen el mayor éxito de las redes sociales y porque a través de ella los usuarios muestran parte de su mundo haciéndose referencia (Torres y Dosil, 2012). Porque ésta ha sido la primera red que puso en las manos de los usuarios el hecho de que arreglar sus fotos en línea fuera tan fácil. Porque consecuentemente, a través de las elecciones de cómo presentar las fotografías a través de las herramientas de edición y publicación que propone estamos usando un criterio de manipulación. Es así como aquello que se expone a través de las fotos implica pensar en un proceso mucho más vasto, la fotografía también comunica y funciona como portavoz de procedimientos que van más allá del contenido que denotan. Toda fotografía implica una elección conjunta con

la decisión de exposición/ ocultamiento, proceso que por demás se convierte en materia relevante para la construcción de la identidad de los individuos.

Creemos necesario exponer aquí la cita del semiólogo francés Roland Barthes que sostiene -a nuestro modo de ver- lo que se intenta expresar con respecto a la identidad como algo pre- fabricado/ meditado y su relación con las fotografías en redes sociales como Instagram. Escribe Barthes: “Cuando me siento observado por el objetivo todo cambia: me constituyo en el acto de posar, me fabrico instantáneamente otro cuerpo, me transformo por adelantado en imagen” (Barthes, 2016, p.34). Un cuerpo que en la fotografía deviene imagen y en ella la creación de uno nuevo, en la pose, el individuo se crea entonces en una versión que se anticipa a la que es en ese mismo instante. Así Barthes también nos habla de la fotografía posicionándose en el más allá de lo que puede significar aquello que refleja.

Para el autor, la fotografía es objeto de la intencionalidad del fotógrafo o lo

fotografiado así como también, la del receptor: en ella, señala que frente a la cámara, uno es conjuntamente aquello que cree ser, aquello que quisiera que crean y - en el caso de las fotografías tomadas por otros- aquello que el fotógrafo cree que uno es. En ese procedimiento que consiste en el retrato, es en donde el individuo se crea a sí mismo y en donde aparece la sensación de fabricación. En las redes sociales, para ejemplificar, nos encontramos fácilmente con este postulado: la fotografía adquiere ese carácter de construido -propia de sí- en el momento en que posamos para una ocasión y que es subida y compartida en la red se convierte también en una forma de adelantar esta imagen de sí frente a los demás.

En *La cámara lúcida*, el autor identifica tres elementos en toda fotografía a ser tomados en cuenta: el Operator, compuesto por el fotógrafo, el Spectator, el espectador y el Spectrum que hace referencia al referente o a aquello que es fotografiado. Esta última, es una palabra que el autor elige estratégicamente ya que mantiene una relación con la palabra

“espectáculo” y espectro, que sirve nuevamente para enfatizar la idea de muerte presente en las fotografías -mencionado más adelante-. Es a través del Spectrum que se construye la imagen de quien se fotografía. Sin embargo, muchas veces ella puede culminar tanto como resultado paralelo en aquello que uno desea reflejar, con ciertos caracteres morales como no coincidir con la imagen esperada.

Hay aquí un punto de encuentro con el argumento identitario que se presenta: los individuos también construyen su identidad en relación a lo que los demás creen ver en nosotros. Dado a la contingencia de la foto en términos de sentido, Barthes apunta que la fotografía solo puede significar cuando adopta una máscara, siendo esa máscara el sentido más puro. Y esto sucede porque la sociedad desconfía del sentido puro. Frente a la dificultad que entraña encontrar el Sentido sin ningún tipo de artificio, Barthes considera que lo que la gente quiere es rodearlo de “ruido”. De ahí la “máscara” de la fotografía.

Por otro lado, proponemos clarificar los conceptos que trata Barthes (2016) con respecto al tratamiento de las imágenes -en este caso, relevantes para pensar a las fotografías de Instagram-. Barthes expresa que hay algo en la fotografía que trae a flote el retorno de lo muerto, la evidencia del “esto ha sido”. Así, la fotografía es la “momificación del referente” (Barthes, 2016, p.23): éste se encuentra presente allí, pero en otro tiempo que no pertenece al actual; llevando esto por otro lado, a una cierta confusión de lo real en términos de actualidad en la foto. Este carácter de la fotografía según Barthes de testimonio de algo que sucedió, lo podemos ver en la fotografía analógica cuyo principal uso en sus comienzos era el de registrar y documentar acontecimientos importantes en el seno de la familia que luego pasaban a formar parte del álbum familiar como forma primordial de recordación. Sin embargo, este factor parece cuestionarse de manera apreciable en la sociedad que habitamos hoy. Esto sucede porque tenemos otros métodos de “almacenamiento”: en la era digital las tomas que hacemos terminan en su mayoría en

la red. Con Instagram por ejemplo, podemos observar este aspecto a través de una nueva forma.

Instagram es una plataforma que apoya sus bases en la esencia apresurada, fragmentada, discontinua y a la vez simultanea que describe al mundo actual. Instagram actualiza el carácter de lo efímero, de lo inacabado. Según un estudio realizado sobre Instagram para el Encoi¹⁴, a diferencia de otras redes sociales como Facebook por ejemplo, solo dispone de un gran álbum que contiene todas las fotos que el usuario publica a lo largo del tiempo. No existe una clasificación que divida a las fotografías en términos de tiempos, es decir, de fechas, conmemoraciones y demás, no existen álbumes en los cuales podamos clasificar los distintos momentos que hayamos fotografiado con distintos nombres. Todo se encuentra en un mismo espacio, las fotografías son subidas constantemente en una narrativa que se apoya entonces en un presente que se va

¹⁴ Comunicação, consumo e imagem no Instagram: estudos contemporâneos. Encontro Nacional de Pesquisa em Comunicação e Imagem – ENCOI 24 e 25 de novembro de 2014. Londrina, PR.

actualizando de manera ilimitada, señalando así un presente y apuntando hacia un futuro: “el presente es el tiempo de lo contemporáneo (...) se vive en una sensación de presente extendido, bien como en el álbum de Instagram que siempre es completado con el presente. El pasado y el futuro no pueden ser capturados” (Ferreira Lima de Paula y Garcia, 2014, p.10). En este sentido, Instagram se convierte en la aplicación de la sociedad de la modernidad tardía en términos de Hall (2010). Como vemos, Instagram nos presenta un mundo rico en fotografías, experiencias, lugares, personas y significados profundos; todo ello, al alcance del toque de nuestros dedos sobre la pantalla.

Recapitulando lo anterior, la fotografía sin embargo, puede ser entonces tomada como una muestra de algo que fue pero también es una prueba de ello y aquí podemos nuevamente retomar la referencia hecha a Sibilia (2008) en nuestro apartado *Las redes como expresión de identidad*, cuando afirma que “se es lo que se ve” y la foto constituye un elemento muy eficaz para contribuir con ello.

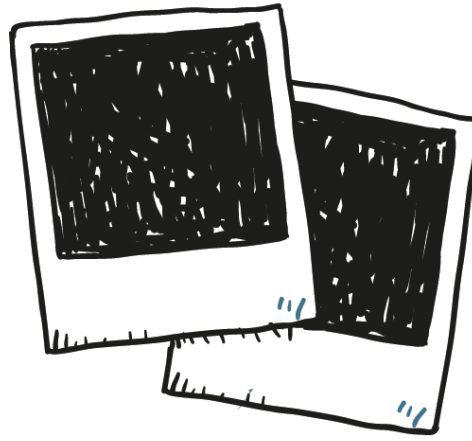
Sontag (2006), reflexiona sobre cómo en las sociedades occidentales, la imagen reflejada en la fotografía se convierte en una prueba casi válida e incuestionable de lo real debido en primera instancia a su carácter documentalista. La fotografía como “experiencia de lo vivido” supuso pensarla como material que suministra información.

Es así como a partir de la industrialización de la fotografía, en las sociedades modernas, diferentes instituciones de poder comenzaron a usarlas como pruebas que permiten incriminar y justificar los hechos. De este modo, se instaura de a poco la idea de que el acto fotográfico “certifica la experiencia”, la cámara da realidad a las mismas, da apariencia, ilusión de participación, así “fotografiar es apropiarse de lo fotografiado” (Sontag, 2006, p.16). De esta manera, la fotografía es capaz de dotar de realidad a las imágenes, de representarla, siendo también capaz de hacer que éstas pierdan ese carácter de lo real, de distorsionarlo teniendo que ver esto último con la propiedad atemporal de la fotografía de la

cual hablaba Barthes (2016). Mirar una fotografía implica observar en una imagen una realidad que fue, que ya no es precisamente desde el momento que se toma la foto, así como también por el hecho de que como adjudica Sontag (2006), los imperativos tácitos del gusto y la conciencia del fotógrafo siempre están presentes en la hora de una toma. Por eso, como dice la autora, las fotografías no son solo una “interpretación del mundo” sino que asimismo

pueden funcionar como una máscara que permite mostrar una realidad o mostrar la inexistencia de ella.

A partir de todo ello, consideramos entonces importante tratar para este trabajo a la fotografía como elemento que constituye en algo a la persona, en lo que es, en su subjetividad, como objeto que de expresión de sí mismo a través de las redes sociales más que como objeto de expresión artística en su uso más cotidiano.



Capítulo III

La construcción de la
subjetividad en los perfiles

El punto de partida

Expresamos a lo largo de nuestras palabras hasta llegar aquí cómo la fotografía adquiere relevancia en nuestros días y por qué es importante para pensar al fenómeno de la construcción de la identidad a través de ellas en las redes. Buscamos entender por lo tanto este suceso de la identidad del sujeto construida por medio de la fotografía como materia prima de la realidad, en el espacio virtual Instagram.

Recalamos que dicha plataforma es relativamente nueva, ya que fue creada en el año 2010, y como tal aún no existen suficientes estudios sobre la misma que abarquen cuestiones indagatorias y profundas acerca de la identidad en ella. Nos encontramos entonces con un nivel de teorización escasa sobre la temática y es por ello que el presente trabajo se encastra en la categoría de estudios exploratorios ya que el mismo tiene como objetivo la

familiarización con el terreno del objeto a estudiar.

Para el presente análisis, el punto de partida son las fotografías de los perfiles de jóvenes que pertenecen a una franja etaria que abarca desde los 16 hasta los 18 años de edad, del colegio La Inmaculada de Rosario. En primera instancia, optamos por delimitar nuestra muestra a un espacio que se reduce al colegio, no solo por cuestiones de accesibilidad al campo, sino que también porque lo consideramos un espacio en el cual por excelencia podemos encontrar con facilidad la categoría que deseamos analizar: la de los jóvenes. La elección de 16 a 18 años de edad con respecto a los individuos-jóvenes que se encuentran cursando los tres últimos años del colegio no fue tomada al azar, creíamos que no debíamos encerrarnos al análisis de un solo grupo de jóvenes que conformaran la misma edad porque quizás podríamos estar excluyendo cuestiones relevantes que se verían reflejadas en los sujetos de otras edades. Paralelamente, dicha elección tiene que ver con que estos jóvenes que comparten

la franja etaria seleccionada, son individuos que dividen ciertos entornos y características similares: como hemos mencionado, se encuentran en los 3 últimos años del secundario en el mismo establecimiento educativo, son sujetos que comparten salidas y que por ejemplo para aquellos que tienen entre 17 y 18 años, compartieron el viaje de estudios.

Dado que el fenómeno a observar se realiza en un espacio virtual, nos pareció más adecuado optar por realizar una etnografía virtual o también conocida con uno de sus múltiples nombres como ciberetnografía. Este método deriva de la etnografía, que a grandes rasgos consta en el registro y observación participante del investigador cerca de un grupo social a estudiar en su vida cotidiana por un determinado tiempo. Hine (2004), relata que la etnografía desde sus principios siempre se caracterizó por interpretar a las comunidades en términos espaciales, por atarse a un lugar físico y describir lo que acontece allí. Pero como vimos, con la globalización, los procesos sociales han adquirido otras dimensiones:

las distancias se han acortado y las personas están cada vez menos asociadas a un contexto local, los espacios y fronteras se vuelven difusos y abiertos gracias a la conexión en red. Así, debido a este panorama se reconsidera en paralelo a una nueva subdisciplina desde el campo de la antropología, una etnografía “multi-situada, concebida como una exploración por medio de la experiencia interactiva y comprometida de la conectividad”, una etnografía que rompe con “la noción de espacialidad de las comunidades para concentrarse en los procesos culturales en vez de en los lugares físicos” (Hine, 2004, p.77). De esta manera, analizaremos el fenómeno de interés tomando como referencia elementos de la etnografía virtual, no obstante, sin realizar una observación de carácter participante, sino más bien a través de la recopilación y de la observación del contenido que los usuarios suben al sitio de red social Instagram en su día a día.

Para llevar a cabo dicha observación se eligieron 10 perfiles de usuarios femeninos y masculinos, 5 de cada uno. Pensamos que de

esta manera, dicha selección podría reflejar si también se producirían disparidades y peculiaridades en cuanto al sexo de los usuarios a la hora de publicar contenidos en la plataforma y construir sus identidades. En el trabajo se analizaron 774 fotografías en total de los usuarios de Instagram y como durante la observación advertimos que la frecuencia de publicaciones en los varones era notablemente más baja que el de las mujeres, debimos extender el periodo de observación desde el mes de junio hasta mediados de noviembre del 2016. Debido a este hecho, realizar una observación tomando como referencia solo un par de meses no resultaría eficiente por la escasez de material en cuanto a los jóvenes varones. Durante dicho periodo por ejemplo, las mujeres publicaron 488 fotos, mientras que los varones, 286, siendo que un solo usuario -@cordobagus- publicó casi el total de todas las fotografías -176- en relación a los demás cuyos números rondan entre los 20 y 30 posteos.

Todas las fotografías que se muestran en el trabajo fueron capturadas el día 15 de

noviembre de 2016, es relevante aclarar esto, ya que como consecuencia del carácter efímero de lo digital, los usuarios pueden eliminar o cambiar ciertas fotografías cuando gusten, por lo que puede darse la posibilidad de que en un futuro nos encontremos con un perfil distinto al que analizamos. Con respecto a todo esto, señalamos también que todos los sujetos con los cuales se trabajó en la observación de perfiles autorizaron que se lleve a cabo el desarrollo de este trabajo, así como también se tiene sus aprobaciones para la publicación de sus respectivos nombres y fotos pertenecientes a sus cuentas personales de Instagram.

También es importante aclarar por último, que este estudio no intenta generalizar resultados, tan solo se limita a una porción mínima y selecta de la realidad que nos permite dar una visión determinada con respecto a la población seleccionada. Como toda metodología con abordaje cualitativo, se busca comprender a los individuos a partir de un análisis micro.

Identidades manifiestas:

Lo que dicen los perfiles

En toda red social, el perfil es lo primero que vemos, lo primero a lo cual tenemos acceso cuando entramos a la página de otra persona. En Instagram sucede lo mismo, al ingresar en la página de un usuario, de hecho, su perfil aparece en la parte superior de todo. Vemos aquí por qué este sector no se convierte en algo menos importante y esto sucede porque el perfil es el primer paso para la construcción de una identidad cuando entramos al mundo virtual que conforman los sitios de redes sociales. El perfil en Instagram comporta tanto información de carácter visual como textual que permiten la manifestación identitaria: se despliega en un espacio abierto y propio de cada individuo que autoriza el despliegue de una narrativa particular de sí.

Así esta plataforma da lugar a que las personas en una primera instancia ya a

partir de sus perfiles se conviertan como sostiene Bruner (2013), en narradoras de sus propias historias. Esta perspectiva que implica considerar al lenguaje como objeto central en la construcción de nuestras realidades y significados nos lleva a posicionarnos de la misma manera pero a través de la perspectiva de lo visual como narrativa, en donde -como habíamos manifestado- la fotografía también aparece como un lenguaje. Las personas construyen significados a partir del lenguaje fotográfico, se conceptualizan y representan a sí mismos y comunican a través de él. Para el autor la forma en que vivimos nuestras vidas es inherente a la manera en que la contamos, hecho que demuestra la relevancia de la narrativa en la identidad de los sujetos, así como el factor de lo subjetivo. Todos los perfiles de los usuarios analizados reflejan este criterio de construcción de sí mismos a través de la narrativa que insertan en el espacio de su perfil. Esta narrativa se da en base a la posibilidad de personalización que brinda la plataforma:

← anitagaggiotti ⋮



388 981 506
publicaci... seguidores seguidos

Seguir



Ani.

Snap 📷: anitagaggiotti

Siempre intentaste, siempre fallaste. No importa.
Intenta otra vez. Falla de nuevo. Falla mejor

← cordobagus_ ⋮



579 5034 1808
publicaci... seguidores seguidos

Seguir



🌴 AGUS CORDOBA 🌴

🏆 taurino

🌱 @aguscordoba5

📞 3416672789

أغوستين

Imagen 1

← juaneeflematti ⋮



81 696 908
publicaci... seguidores seguidos

Seguir



Juaane Flematti

Wsp: 3413656965

Twitter:772juane

Snap:Juane_river

← aguus_santamaria ⋮



474 4400 1268
publicaci... seguidores seguidos

Seguir



Agustina Santamaria

■ 17.

■ Gimnasia Artística// Juegos Olímpicos Nanjing
2014 🇨🇳

■ 📷 aguussantamaria

■ 🌱 aguus_santamaria

Imagen 2

cada uno puede poner lo que desee acerca de sí, así como usar diferentes recursos para hacerlo y manifestar su identidad. ¿Cómo lo hacen? En una primera instancia empecemos por las fotos de los perfiles, en donde cada uno tiene una fotografía de sí mismo. Algunos de los usuarios analizados disponen de una fotografía en donde aparecen ellos con otra persona con el cual mantienen un vínculo especial: el padre, el novio, etc., mientras que por el otro lado por ejemplo, se dio que una joven en particular, utilizó la imagen de un ojo, de su ojo.



Imagen 3

Quiere decir esto, que todas las fotografías expuestas como perfil representan al sujeto en cuestión de una manera u otra. Y esto se convierte en una cuestión interesante a indagar cuando hablamos de identidad. Consideramos en términos de McLuhan (1977), que la foto del perfil funciona como una extensión de sí mismos. Para el autor los medios -no sólo los de comunicación, sino en términos generales cualquier tipo de tecnología- no son considerados meros medios, sino que pasan a funcionar como extensión o prolongación del cuerpo del hombre, de sus sentidos.

Así es como los medios que nos rodean son parte de nosotros. Desde esta perspectiva, aquellos usuarios cuya fotografía de perfil constituye un retrato de sí mismos con el cuerpo entero pasarían a formar una extensión del sujeto mismo. Disponemos de otros casos por ejemplo en donde las fotos de perfil constituyen una foto en primer plano -en este caso selfies- y que pasarían, según este criterio, a ser una prolongación del rostro de la persona; o una parte del cuerpo como lo mencionamos anteriormente -en

el caso del ojo como fot de perfil-, que también aparece como extensión del cuerpo del sujeto. De este modo, los usuarios de Instagram prolongan sus identidades y personalidades a través de la fotografía de sus perfiles, es a través de ella que en primera instancia somos reconocidos, representados visualmente ante los demás. Pero ésta sin embargo, no constituye el único elemento que permite hacerlo. Dentro del propio perfil del sujeto, nos encontramos con otros factores como el de la biografía y el nombre de usuario.

Como mencionamos posteriormente, el perfil en sí dispone de un espacio en donde el usuario puede añadir algo sobre sí, cualquier información que desee compartir ante sus seguidores y que sea vista por cualquier persona que entre a su perfil, ya que esta sección que constituye una breve biografía del sujeto por más que el perfil sea privado, se encuentra visible ante todos. Es allí en donde los usuarios analizados tanto del sexo femenino, como del masculino exponen información sobre ellos que creen relevante para ser mostrada. En el

caso de los jóvenes que realizan actividades determinadas y que de cierta manera se destacan por ello, lo usan como una referencia para describirse a sí mismos: “Jugador de Rosario Central”, “Delantero”; “Gimnasta artística”. De esta forma se catalogan de una determinada manera, es decir, se atribuyen caracteres de cómo quieren ser vistos o identificados en sus perfiles ante los demás, como jugadores o deportistas por ejemplo en este caso.

Existen muchos recursos que los jóvenes utilizan para completar su autobiografía, como ser frases con las cuales se sienten identificados, algunos exponen sus edades, el cuadro de equipo al cual pertenecen y el signo zodiaco que los caracteriza. Pero sin embargo, un rasgo en común que logran reunir todos los perfiles de ambos sexos es que ellos incluyen las redes sociales a las cuales están asociados y el link -dirección- para que puedan ser encontrados por los demás. Los individuos no buscan pasar desapercibidos, sino que se produce un fenómeno inverso: se exhiben para adquirir visibilidad y ser encontrados. Con respecto

a ello, solo 2 perfiles de 10 analizados tienen restricción de privacidad, el resto son perfiles públicos en donde cualquier usuario de Instagram tiene acceso a sus contenidos.

Por el otro lado, un hecho a destacar en cuanto a esto, son que los varones suben más información privada sobre sí que las mujeres, exponiendo por ejemplo algo tan particular como el número de teléfono. El impacto de estas prácticas, definitivamente deja en cuestión la noción de una división clara entre lo público y lo privado, haciendo que estas fronteras se vuelvan aún más difusas cuando estos usuarios revelan por así decirlo demasiada información sobre sí. Como observamos, Instagram es el ejemplo de que es imposible desvincular o paralelizar la vida en línea y fuera de ella. Este sitio de red social constituye un ambiente en donde lo online y lo offline convergen para formar una interesante amalgama en donde se desenvuelve y amplía nuestro Yo. En Instagram, los usuarios cuentan cada vez más sobre ellos, convirtiéndose en una dimensión más que hace

hincapié con la realidad misma. Por otra parte, otro factor presente y quizás uno de los más destacables, es el nombre de usuario que debe elegir y que identifica a la persona que hace uso de la red social. Los nombres del perfil de nuestros usuarios son los siguientes, en donde los cinco primeros son varones y los cinco últimos, mujeres:

@tuteemontero
@juaaneflematti
@matiimancini
@nico_rosa9
@cordobagus_

@anitagaggiotti
@vickygualtieri
@kiaramochi12
@antoercegovic
@aguus_santamaria

Encontramos que los usuarios de Instagram se identifican a sí mismos con sus respectivos nombres y en efecto, éste comporta uno de los elementos identitarios más relevantes a la hora de dirigirse a una persona. A pesar de que Instagram no sea una plataforma que

pida al sujeto una identificación más minuciosa como la edad, el lugar de origen y de estudios por ejemplo como lo hace Facebook, los usuarios aun así desean exponer estas cuestiones y esto lo vemos con el nombre de usuario, que podría ser cualquiera pero sin embargo culmina en los nombres personales de cada uno. Encontramos que este hecho, así como también las fotografías de sí en los perfiles y la información expuesta -hasta en cierto punto de carácter privado- concuerda con el sujeto en cuestión. Esto refleja la significancia que posee el perfil del sujeto en cuanto a la presentación de su Yo. En este sentido, si bien otras redes sociales lo hacen, recalcamos que Instagram es una plataforma que genera una estrecha relación entre el usuario y su realidad fuera de línea.

Con respecto a la información compartida, hablando en términos de Goffman (1997), ello refleja también el grado de control que tienen los usuarios sobre la presentación de sí mismos en la red, cuando eligen qué cuestiones personales son las que los caracterizan y cuáles serán de conocimiento

público. Por supuesto que estas cuestiones que permiten construir la identidad de uno mismo varían y están dadas por los recursos o herramientas que brinda el tipo de medio, en este caso, Instagram como red cuenta con espacio menos definido que otros. Luego de rellenar el espacio de "Nombre", se cuenta con un espacio en blanco, sin restricciones -conformado por la biografía- y es por ello que vemos en este caso, que ninguna descripción que dan los sujetos de sí llegan a homogeneizarse por completo. Sino que cada uno cuenta algo de sí que los distingue y lo hacen de una manera determinada que los singularizan. Ninguno de los usuarios analizados presenta las mismas características en el modo en que se introducen y proyectan ante los demás en la plataforma.

Sin embargo, estas cuestiones mencionadas acerca de los perfiles y su contenido no serían expuestas si nadie las viera. Todos los jóvenes poseen una gran cantidad de contactos en su lista de amigos, superando los 600, hasta incluso algunos pasando los 4 mil. Un dato importante en esta materia a

ser tratado luego, es que las mujeres tienen más seguidores que seguidos e incluso superan al de los varones. Son estos seguidores en la red los que hacen que las publicaciones tengan sentido, los seguidores no necesariamente conforman una lista o círculo de amigos, ya que algunos pueden seguir a alguien y esa persona puede no hacerlo. Por lo tanto, en Instagram, los seguidores son personas que desean ser espectadoras de aquello que un usuario actualiza y sube en su sitio de red social, personas que manifiestan la voluntad de acompañar a esa persona, saber de ella y lo que hace en la red, más que cumplir la función de “amigos”. La presentación del Yo siempre va dirigida a otro, que constituye esa red de seguidores.

De hecho, los usuarios que cuentan con una cantidad considerable de seguidores son los que más contenido fotográfico actualizan. Esto demuestra la incidencia del otro en la forma en cómo nos presentamos en las redes. Los individuos se construyen en relación a otros, en relación a las conexiones que establece, la alteridad se convierte en una

parte expandida del sujeto. Según la visión de Yus (2010) explicamos este hecho, en donde la comunicación de los demás -que de alguna forma son parte de la red- es considerada como una importante fuente a la hora de construir y ajustar nuestra identidad. Por lo general, en la mayoría de los jóvenes, la foto más popular, es decir con más “Me gusta”, es aquella en la que aparece solo. Al respecto, cabe destacar que el tipo de fotografía que más predomina en el perfil de los usuarios son éstas, las conocidas “selfies”. Aquí podemos hablar de la existencia de la retroalimentación -de la que habla Yus- entre los seguidores y el sujeto, que culmina con la determinación en este caso, del tipo de foto que los usuarios suben. Como sostiene Goffman (1997), uno siempre está en escena, la red de seguidores que constituyen la audiencia, como vemos, tienen relevancia en dicha puesta en escena.

El contenido y la estética

Junto con la información que los individuos proporcionan al crear un perfil, continúan a expresar su identidad en mayor grado a través de la actividad que desarrollan online. Así, los usuarios de Instagram ofrecen una vasta performance -representación- de sí mismos expresada en el contenido que suben. Como lo mencionábamos anteriormente, consideramos a Instagram como un medio que a través del dispositivo móvil posibilita comunicar con la fotografía, de hecho existen múltiples formas en la que los usuarios lo hacen. Para comenzar, todos los jóvenes llevan a cabo un registro fotográfico de momentos que forman parte de sus vidas cotidianas. El contenido que proporcionan varía, puede tratarse desde un día en el colegio, una salida con amigos, un paseo por el parque, hasta una captura de algo que al autor de la fotografía le pareció bello y decidió mostrar a los demás. Así como también los protagonistas suelen ser personas de su círculo íntimo con las cuales se involucra.

Estos jóvenes documentan cada momento de su vida y con quién lo comparten, hasta quizás llegar al punto de la banalidad de la cual hablábamos en capítulos anteriores: una foto de sí mismos en la mañana, mientras se encuentran esperando a alguien o tan solo una foto para decir las “buenas noches” a quienes lo siguen. Pero esta acción de registrar en fotos la vida misma, debe ser pensada como un acto no solo de exposición - mero hecho de mostrarse- sino que también como relato de las experiencias y situaciones vividas, en donde las fotografías pasan a conformar un cuento de nuestras historias y nuestro perfil, una gran biografía en continua actualización.

En cada fotografía los usuarios cuentan y manifiestan algo de sí. En esta forma de relato, los usuarios exponen fragmentos de sus vidas de una manera visualmente interesante, cautivante, porque ésta es justamente la posibilidad que brinda Instagram: contar cosas de una manera atractiva. ¿Cómo logran hacer esto? Los usuarios no solo comunican con el contenido fotográfico que publican, es decir, aquellos

que manifiestan qué es lo que hacen, a dónde van o con quiénes están. Sino que también lo hacen a través de elecciones que comportan una estética de aquello que están publicando, y esta estética se trata de lo visual en cuanto a técnicas y estilos. Consecuentemente, podemos decir que los usuarios son sujetos preocupados porque sus imágenes sean visualmente buenas y esto es porque Instagram se caracteriza por presentar herramientas variadas para la edición de fotografías corrientes. Decíamos que contamos con 23 tipos de filtros que permiten renovar la cara de una fotografía y darle el toque que deseamos.

El estilo entonces, -tan importante para nosotros- son el conjunto de rasgos que caracterizan el contenido de los usuarios y que por lo tanto, hacen a la personalidad de cada uno de ellos, permitiéndoles diferenciarse particularizándose al mismo tiempo de los demás. Las fotografías que pueden por lo tanto hacer y describir el estilo de cada persona, revelan una estética determinada. La estética, en su frecuente acepción, se vincula con la apariencia

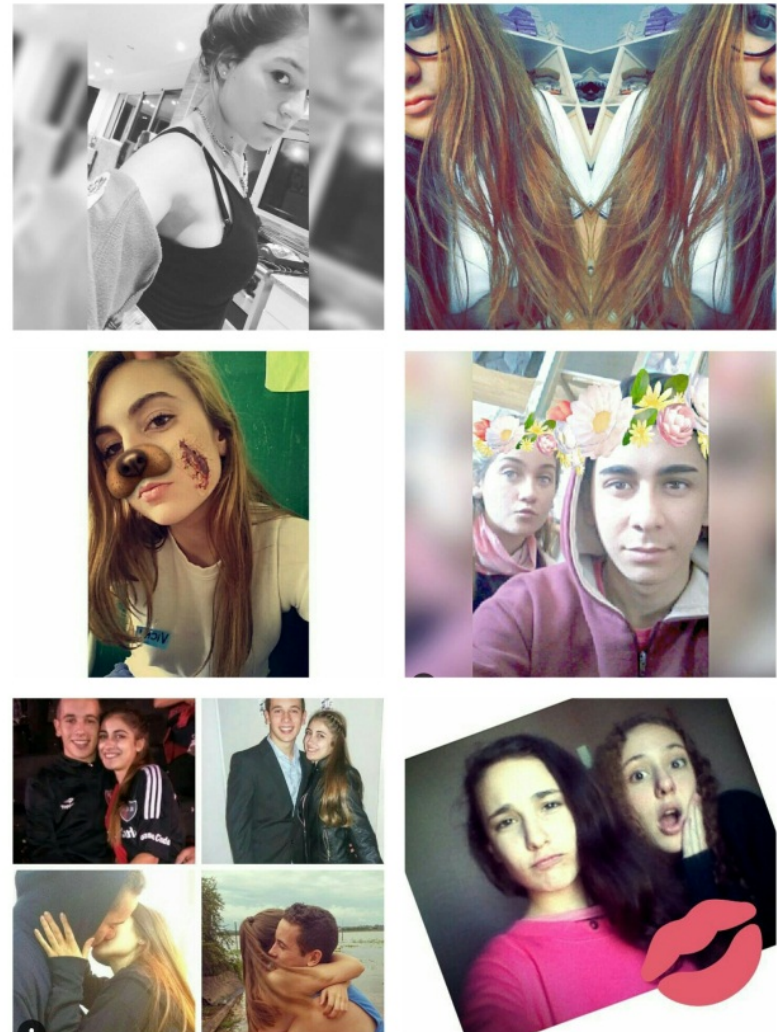
exterior vista desde el punto de vista de la belleza.

En cuanto a esto, en las fotografías por lo tanto los usuarios pueden establecer un estilo visual determinado a partir de las herramientas mencionadas no solo por medio de filtros, sino que también de composiciones variadas que proporciona la aplicación junto a ellos - opciones de ajustes, brillo, contraste, textura, calidez, saturación, color, luces, sombras, desenfoque, nitidez, efecto de viñeta y atenuación de colores. Creemos que elección de cada uno de ellos funciona como mecanismo que permite particularizar las fotografías y a través de ellas, las identidades de los usuarios ya que la estética visual brinda una impronta personal a la construcción de un perfil, basada en gustos y valores, en el factor personal.

En el presente análisis, usuarios de ambos sexos aplican en sus fotografías los recursos de edición de imagen de Instagram, pero también migran hacia otras aplicaciones específicas de edición para mejorar sus fotografías o darle la impronta visual que

desean. Por ejemplo, entre las más usadas se encuentra Snapchat, que permite añadir animaciones a la fotografía. Este aspecto, lo pudimos observar a través de los rasgos de animación propios que son característicos de dicha aplicación que estaban presentes en las fotografías de los usuarios. En las siguientes fotografías tomadas de algunos de los perfiles, podemos observar algunos recursos aplicados que no ofrece Instagram para la edición de fotos, como ser el uso de collages, el duplicado de una misma imagen, o el uso de dibujos aplicados al cuerpo de los jóvenes en ellas -como en el caso de las dos figuras del medio. Las siguientes fotografías fueron elegidas para plasmar esta cuestión, siendo que la mayoría de los perfiles, con excepción de algunos -masculinos en su caso- presentan estas características.

Vemos así que la idea de instantaneidad que acompañaba a Instagram desde sus principios no se ve aquí tan presente. Si bien puede suceder que los usuarios capten momentos instantáneos, es decir que ocurren en el momento, no siguen este concepto al ser



publicadas en la red. Detrás de una publicación hay toda una preparación cuando

de la foto se trata, como observamos, los usuarios buscan otras alternativas que no encuentran en la plataforma para hacer de sus fotos una apariencia mejor. La fotografía en Instagram es pensada, calculada, no tiene nada de espontáneo. Con respecto a esto, es interesante destacar a Manovich (2006). El autor relata que el neologismo que comporta el nombre de la aplicación, remite a la idea de instantaneidad, de rapidez, de prontitud con respecto a las “instantáneas”, fotos tomadas en el momento, cuyo primer propósito de la plataforma era que debían ser compartidas al instante de haber sido tomadas -tal como vimos al principio cuando presentamos una breve historia de Instagram. Sin embargo, adoptando una mirada más profunda sobre la cuestión, el autor señala que nos encontramos con una paradoja del nombre que remite a lo temporal que no coincide con los actos de los individuos.

Cada usuario puede destacarse según la estética de sus fotografías como veremos en algunos contenidos de los siguientes perfiles. En la página posterior plasmamos 4

ejemplos de perfiles para poder observar esta cuestión, lo que no quiere decir que los demás no utilicen estos recursos que les permitan definir una determinada estética o estilo en cuanto a sus fotografías. Los usuarios de hecho usan herramientas visuales parecidas la cual aplican a sus fotografías, pero cada perfil logra una singularización a través de la mezcla entre una determinada estética y el contenido fotográfico que suben a la red.

En cuanto al contenido fotográfico que mencionamos, éste es muy importante para pensarlo como herramienta identitaria porque revela los gustos y los hábitos de los usuarios. Durante el contenido publicado, algunos usuarios revelan a qué equipo de fútbol pertenecen, qué actividades hacen, qué les gusta hacer así como cuáles son los lugares que frecuentan. En este sentido, aquellos que disponen de una descripción concreta de sí mismos en su perfil como en el caso del joven que se describe como “Jugador de Central”, certifican esta condición a través de las fotografías que publican en su página -ver ejemplo imagen 6.

Así, el material fotográfico que publican cumple la función entonces de confirmar aquello que muestran de sí mismos, tal como lo afirman Sontag (2006) y Sibilia (2008).

En cuanto a la estética, durante la observación realizada, notamos que las mujeres no solo son las que más contenidos actualizan como mencionamos posteriormente en relación al tiempo y la cantidad, sino que también son las que más recurren a una mayor producción para sus fotografías. Al analizar todos los perfiles notamos que si bien los varones utilizan ciertas herramientas para modificar sus fotos, lo hacen en muy pequeña escala. Se podría decir que casi ni los utilizan.

En la siguiente página exponemos una representación selectiva de algunas fotografías que publican los jóvenes en sus cuentas y que conforman el contenido de sus perfiles para poder exponer sobre aquello que pudimos observar. De forma que los siguientes perfiles constituyen ejemplos de perfiles representativos así como también, son perfiles cuyas características generales

se repiten en el resto de los casos analizados. De este modo por ejemplo, en las imágenes 6 y 7, pertenecientes a perfiles masculinos, podemos advertir este concepto sobre el cual hablamos que en general se repite en los demás perfiles.

En las imágenes mostradas, podemos ver cómo a pesar de que cada uno posea un estilo o una forma definida de subir imágenes, en las mujeres esta cuestión se hace más destacable. Vemos por ejemplo, que en la imagen 4 esta joven se caracteriza por subir imágenes que siguen una misma línea en cuanto a estilo y composición: aparecen fotografías en donde se corta una parte del cuerpo, en blanco y negro o fotografías muy nítidas en cuanto a paisajes y así, a lo largo de toda su página. De la misma manera, podemos aplicar lo mismo en la imagen 5 en donde la joven mantiene un mismo formato de imagen en toda su extensión, mezclando filtros como el blanco y el negro y usando paralelamente otros filtros que le dan un color más mate a las fotos, alternando también en menor grado con animaciones que le adjudica a las fotografías. Existen otros

usuarios que se caracterizan por ejemplo por subir fotografías cuyo 90% constituyen fotografías de sí tomadas por el propio usuario -selfies- como en el caso de @antoercegovic y ello, cuenta como estilo también a la hora de definir una estética. Y así, lo mismo sucede con todos los demás perfiles observados.

En el apartado *La voz de la fotografía* -Capítulo II- habíamos mencionado a Barthes como referente para aclarar nuestra visión acerca de cómo entendíamos a la fotografía y desde qué perspectivas lo hacíamos. Como vimos, el autor piensa a la fotografía en términos de sentido en donde es el Spectator el que los rellena incorporando significado. Ahora, agregamos un aporte más de Barthes sobre conceptos claves para el análisis semiótico de las fotos para pensar en nuestro análisis, según el cual las divide en tres categorías: El “Studium”, perteneciente al campo del interés que sentimos por las cosas, movido así por el gusto y la cultura. Es también por medio del Studium que el “Punctum”, el “pinchazo” o el detalle de la foto, produce en mí una

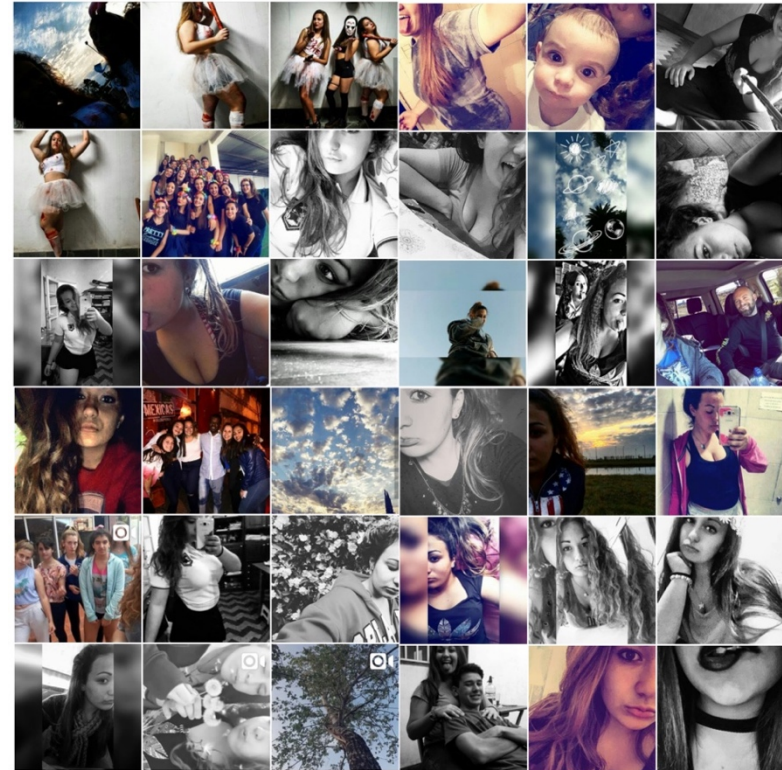


Imagen 4

@kiaramochi12

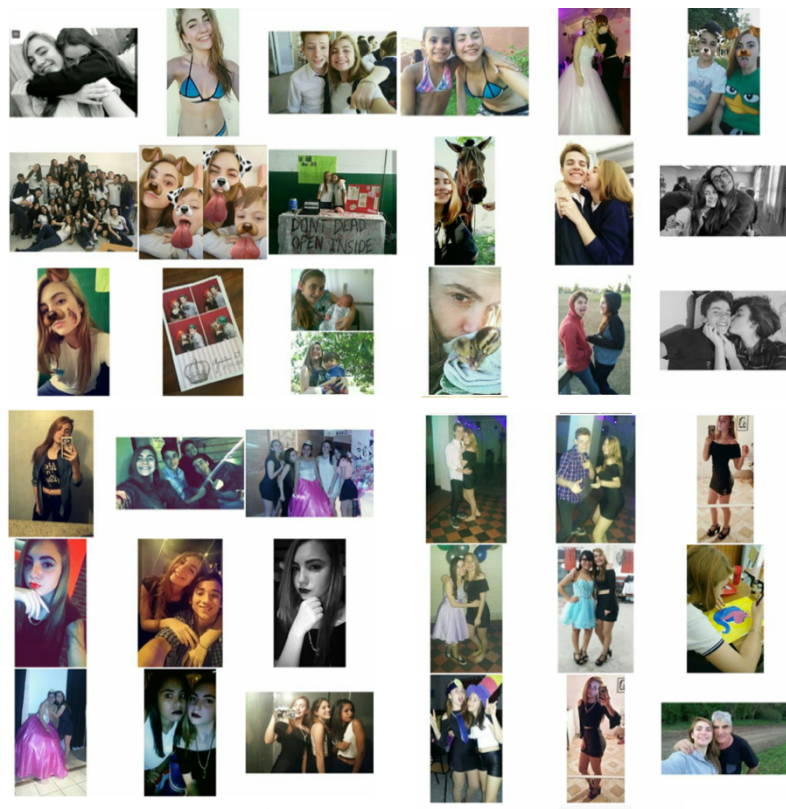


Imagen 5

@vickygualtieri

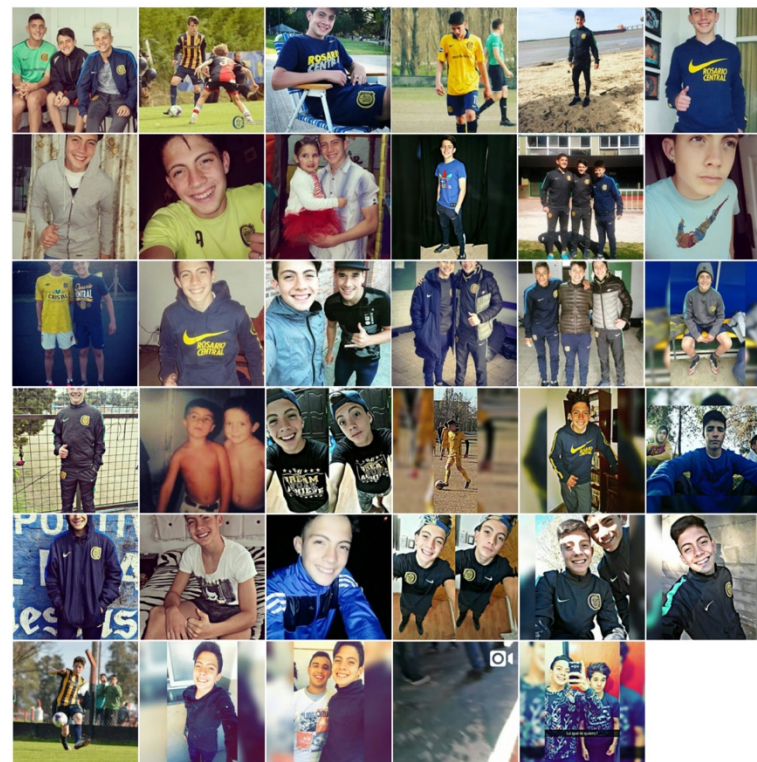


Imagen 6

@nico_rosa9

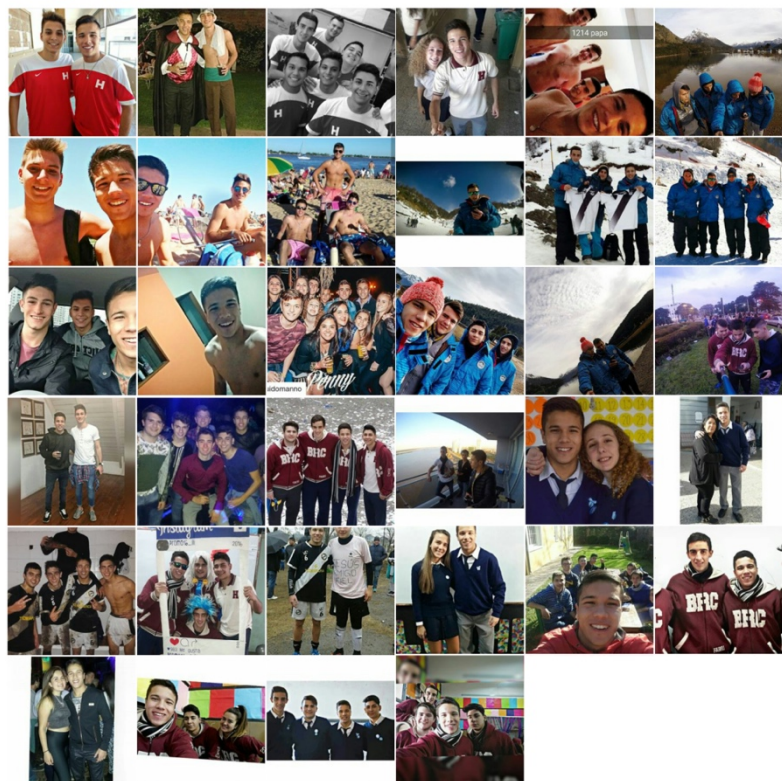


Imagen 7

@tuteemontero

respuesta en término de emotividad y por lo tanto, vale aclarar que es de significado personal. Es por eso que éste en una fotografía según Barthes, “es ese azar que en ella me despunta” (2016, p.59). Por último, lo “Unario”, aquella fotografía que clasifica dentro de las fotos ingenuas, sin intención ni cálculo, aquellas que por lo tanto, carecen de Punctum.

Hechas todas estas apreciaciones previas de las cuales venimos hablando y retomando los conceptos de Barthes, consideramos que en el material fotográfico de los sujetos hay una intención de generar un Punctum con respecto al espectador, que es sugerido por la creatividad y elecciones del autor de las fotos en el momento en que se apela al uso de cualquier recurso para su edición. Con esto queremos decir que las fotografías que los sujetos suben a sus cuentas buscan generar un intento de Punctum del cual habla Barthes, ese punto de atracción para los usuarios que las miran a pesar de que ello sea algo subjetivo, propio de cada uno como lo mencionamos previamente. Los usuarios

cuyas fotografías son editadas -por supuesto con fines estéticos- son hechas para crear una reacción: se desea atrapar al Spectator, generar sensaciones, ese “pinchazo” a través de aquello que se les muestra. Se apela a que las fotografías impacten de una cierta manera cuando es contemplada por otros cuando las mismas son editadas de este modo. Quizás ello explique la razón de que las mujeres -que son las que más utilizan estos recursos- tengan éxito en cuanto al número de seguidores. Esta sería una cuestión muy interesante a indagar, es decir, la relación entre el número de seguidores y el contenido fotográfico presentado en cuanto a su estética. Para ello, estaríamos hablando de un análisis mucho más amplio que nos proporcionaría conocimientos de otros tipos, así como también, la incorporación de otros métodos de investigación. Con respecto a esta cuestión, la dejaremos abierta como posibilidad para posibles futuros estudios.

El lenguaje de los cuerpos

Anteriormente hemos mencionado brevemente sobre el contenido de las fotografías, pero nos parece relevante profundizar un poco más acerca de esta cuestión. Vimos que la fotografía tiene una fuerza representativa, dice cosas más allá de lo que observamos. Es por ello que desde un principio nos hemos abocado a la concepción de la fotografía como signo -*La voz de la fotografía*, capítulo II-. Al respecto, Zecchetto (2002) afirma que el signo “funciona sobre el binomio ‘presencia-ausencia’”. Precisamente su función consiste en hacer referencia a alguna cosa no presente” (p.72). En este sentido, el referente -como uno de los componentes del signo- o realidad a la que alude, es algo siempre ausente, por lo que el autor le atribuye el carácter de “mentira semiótica” al signo, resaltando la relación de presencia vs. ausencia (Zecchetto, 2002).

En las fotografías, los signos son de naturaleza no verbal y aunque no posean la misma fuerza que los signos verbales, son un vehículo que transmiten y comunican muchas cosas que no notamos a simple vista, es decir, que no se presentan como literales. Siguiendo con el mismo autor, es imposible no comunicarnos aún sin expresar palabra alguna, porque incluso la inmovilidad de nuestros cuerpos comunica y es debido a ello, que no se puede escapar de la red de la comunicación (Zecchetto, 2002).

Si no comunicamos con palabras, lo hacemos con nuestros cuerpos. Es por eso que el lenguaje proxémico y kinésico conforman un rico aporte para la comunicación no verbal. Debido a ello, el análisis de la gestualidad, es decir de la comunicación corporal, como ser los gestos, las posturas, las expresiones faciales - que comportan el lenguaje kinésico-, así como el entorno o espacio físico ejercido entre los individuos, determinando ciertas distancias -que comportan el lenguaje proxémico- nos pueden decir mucho más acerca de la cuestión.

Todos estos factores deben ser pensados como parte de una “comunicación silenciosa” que se encuentra junto al lenguaje y que, según el autor, sustituyen las palabras y proporciona información sobre la persona (Zecchetto, 2002).

Cuando hablamos sobre el lenguaje proxémico, la lejanía o cercanía entre individuos en una fotografía puede decirnos mucho acerca de la relaciones de los usuarios. El Spectrum que conforma las fotografías que publican los jóvenes es variado. Como referentes fotográficos además de los propios jóvenes en las fotos que aparecen solos, también tenemos la presencia de otras personas en ellas. Un rasgo en común con todos los jóvenes es que publican fotos junto con personajes de su círculo íntimo, es decir amigos, parejas e incluso familiares. En todas sus fotografías no hay lo que se considera como un distanciamiento social, por el contrario, la distancia que existe entre éstos es íntima, de relación cercana y sus cuerpos lo acreditan: los jóvenes que aparecen acompañados en sus fotografías, muestran un cuerpo que se

simpatiza en posturas amigables, en contacto con el otro, casi siempre transmitido en un abrazo.

Estos sujetos se fotografían en contextos tanto públicos en donde comparten lugares o experiencias en común, como ser viajes y salidas, así como también en contextos privados como ser en una casa, en reuniones y festejos familiares. Por el otro lado, algo muy interesante a destacar es que todos los jóvenes en algún momento usan alguna publicación para dedicar una ocasión especial a una persona cercana. La mayoría de los casos suelen ser personas que cumplen años, dedicaciones en días festivos como ser el día de la madre o del padre por ejemplo o simplemente un posteo para decir cuán especial es esa persona para ellos en sus vidas y mostrárselo, por supuesto a los demás. También es muy frecuente que los usuarios publiquen fotografías de personas y momentos que añoran, a modo de recordación.

En referencia a lo que venimos hablando, en la siguiente página mostramos un conjunto de fotografías de algunos perfiles que buscan retratar y ejemplificar estos casos.

Imagen 8



anitagaggiotti



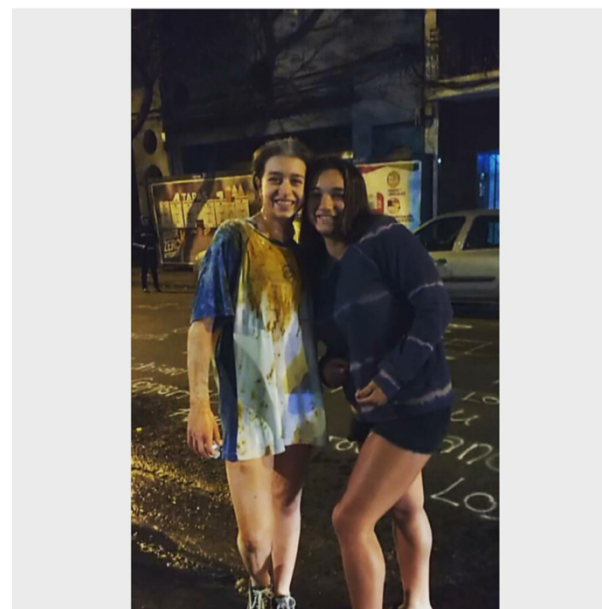
♥ 45 Me gusta

anitagaggiotti Felices 18 amiga! Espero que lo pases hermoso y disfrutes muchísimo. Sos un hermosa persona, siempre incondicional con los demás y nunca me faltaste. Por más peleas que haya habido, desde chiquitas juntas! T adoro 💕

Imagen 9



aguus_santamaria



♥ juaneeflematti, anitagaggiotti y 171 personas más

aguus_santamaria Felices 15 para vos Marta querida 💕👉 espero que seas feliz siempre y se te cumplan todos tus sueños. Te adoro loca de mierda 💕

Imagen 10

← Foto



nico_rosa9

Ciudad Deportiva Rosario Central



♥ **juaneeflematti, aguus_santamaria y 273 personas más**

nico_rosa9 Que dios los bendiga y los guarde siempre 🏆👶. Los quiero amigos

Imagen 11



tuteemontero

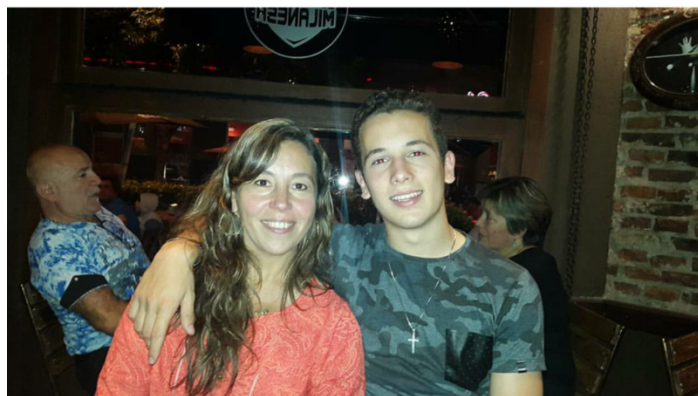


♥ **nico_rosa9, cordobagus_ y 151 personas más**
tuteemontero Gracias por compartir tantos años de amistad, totalmente agradecido por todos los momentos vividos juntos, las cagadas que nos mandamos, las risas, todo, absolutamente todo... Me van a hacer falta el año que viene todos esos momentos compartidos juntos... Los banco en todas las hermanas, no me queda mas que decir que un gracias

Imagen 12



matiimancini
El Club De La Milanese



♥ vickygualtieri y 83 personas más
matiimancini Feeliz día viejaa !!! Unica 😊😊
micasigal1 Una genia 🍷
camimancini7 Que lindos

Imagen 13



kiaramochi12



♥ anitagaggiotti y 127 personas más
kiaramochi12 Feliz día a las dos mujeres más hermosas que tengo, a mi mamita tan linda y a mi abuela que me regaló a la mejor mamá del mundo. Las amo con todo mi corazón son lo más grande que hay 💜💜💜 sean eternas gracias por ayudarme a cumplir todos mis sueños, y estar siempre al lado mío.

Imagen 14



antoercegovic



♥ juaneeflematti, anitagaggiotti y 13 personas más
antoercegovic Como se te extraña. A veces por mas a full que se este en un rincón siempre estar por lo especial que fuiste para todos, por como transmitidas alegrías y ganas de vivir. Perdón así fui y sigo siendo mala nieta, no me animo a demostrar lo que soy. Pero hoy me di cuenta de que tengo mil fallas, espero que mi camino se reencuentre alguna vez con él tuyo, que me saques mas sonrisas, le haces falta a mas de uno acá. Te amo querida y especial de mi corazón ... Pese a lo malo jamas dejaste de brillar, siempre auténtica.

Imagen 15



cordobagus_



♥ 146 Me gusta
cordobagus_ Que sería volveeer

Por ejemplo, en la primer página de fotografías, las imágenes 8 y 9 son dedicatorias a otra persona que cumple años; en la segunda página, las imágenes 10 y 11 son ejemplos de demostraciones afectivas hacia otros; por el otro lado, las imágenes 12 y 13 constituyen posteos para saludar a otra persona en conmemoración a un día festivo, el “día de la madre” y en la última página hay fotografías que retratan esta última cuestión que mencionamos, por ejemplo, la imagen 14 es una publicación que demuestra la falta que le produce la ausencia de esa persona a quien lo publica y la imagen 15 por el contrario, consiste en un lugar al cual el joven ha ido y que según expresa, desea regresar.

Como observamos, estas publicaciones van en su mayoría acompañadas de un pie de foto que describe o hace referencia a la situación y a nuestro modo de ver, sirven como fuente de expresión con respecto a sentimientos, así como pensamientos que tienen los usuarios que publican estos contenidos. Son otra de las fuentes que nos permite identificar rasgos característicos de la personalidad de

cada uno: qué tipo de relación tienen con sus amistades, qué tipo de vínculo existe con sus familiares, etc. Porque la publicación de una foto con otra persona nos dice sobre los lazos sociales que generan en sus vidas cotidianas. Las fotos previas, son extractos de algunos perfiles para representar y retratar lo que decíamos sobre dos cuestiones principales: en primer lugar sobre la distancia en el espacio físico entre individuos, que es de cercanía y complicidad y en segundo lugar, pero no menos importante, como se expresó anteriormente, las personas con las cuales se fotografían, así como los contextos y el tipo de publicación que conforman. Estas son características arquetípicas de todos los perfiles, estos rasgos se encuentran presentes en los perfiles de estos jóvenes y es por esta razón que las mencionamos aquí.

Como advertimos previamente, en el lenguaje kinésico, se tiene en cuenta que el cuerpo también habla, que también es fuente de comunicación. Cada aspecto de la postura del individuo cuenta, la mirada del sujeto, la forma de vestirse y de maquillarse en el

caso de las jóvenes por ejemplo, hacen al paquete comunicativo del lenguaje propiamente hablado. Consideramos al cuerpo como signo de identidad, como objeto que nos identifica individualmente y como medio por el cual expresamos nuestra identidad. Zecchetto (2002) afirma que “el vestido es el filtro de nuestro cuerpo” (p.27), pero nosotros agregamos también que el cuerpo es el filtro del alma -hablando en el sentido de lo que uno es, del cuerpo como expresión de la personalidad como lo expresamos previamente-.

Con respecto a lo primero que menciona el autor sobre la manera de vestir que identifica como lenguaje corporal, en el listado de imágenes previas por ejemplo podemos ver dos imágenes - la 7 y la 8- en donde observamos que la forma de vestir en este caso nos dice sobre los gustos, intereses y actividades a las cuales se encuentra sujeto el individuo. La forma de vestir nos dice sobre el gusto por el deporte, específicamente por el fútbol y por ejemplo, el equipo al cual pertenecen. Lo mismo sucede con otros perfiles, en donde se

observa que a partir del uso de una determinada ropa, se expresa a qué equipo simpatizan o qué actividades realizan en relación al deporte, así como también se puede notar en el caso de las jóvenes, si es una persona que le gusta salir por el hecho de aparecer en muchas fotografías vestida de “noche”.

En este contexto, en los perfiles analizados un denominador común con respecto a la gestualidad del cuerpo es además que cada cuerpo se constituye en una pose y aquí, implicamos todo lo que conlleva pensar en este concepto cuando retomábamos al semiólogo francés Barthes (2016) en el apartado *La voz de la fotografía* del capítulo II: la pose como fundamento de la naturaleza de la fotografía, como creación de una versión que se anticipa a la que es en ese mismo instante el individuo. Barthes la define como una detención, como la inmovilidad de la foto presente a la toma pasada. Las posturas que adoptan los jóvenes en sus fotografías son ensayadas y con esto no apuntamos a agregar algún sentido despectivo, sino más bien a destacar el

hecho de que son pensadas, calculadas y conscientes de que van a ser capturados, retratados.

Así, no hay fotografías que puedan clasificarse como espontáneas, en la mayoría de las fotografías por ejemplo en cuanto a gestos, los jóvenes sonríen frente a la cámara, miran hacia ella o incluso puede que miren hacia otro lado, pero siempre adoptando una pose conveniente para, ser fotografiados.

Podemos decir con todo esto, que el aforismo del cuerpo en la fotografía es la comunicación -una vez más, con él hablamos sobre cuestiones no dichas- y el de la fotografía, la de visibilizar un cuerpo atravesado por marcas identitarias.

Consideraciones finales

A lo largo de este camino hemos expuesto ciertos conceptos de autores que acompañan nuestras suposiciones con respecto al trabajo realizado y hemos descripto las diferentes modalidades de presentación que se encuentran presentes en Instagram -tratados ya en *Identidades manifiestas* del capítulo anterior. Es por ello que al respecto, nos gustaría cerrar los capítulos - pero no el trabajo- con ciertas conclusiones finales breves, siempre abiertas a futuros análisis y estudios respecto a la temática tratada.

Hemos presentado a Instagram según dos aspectos característicos:

1. Como un sitio de red social en forma de aplicación -retomando a Boyd y Ellison

(2007) para su definición- en el cual la interacción entre los usuarios se destaca como elemento principal de toda red. 2. Como una plataforma para compartir fotografías a través de las cuales puede ser pensada la construcción de la identidad de los sujetos. En base a estos miramientos, en una primera instancia consideramos que la identidad es un proceso que se encontraba no solo en la interacción producida en la red como espacio social, sino que también en el contenido fotográfico publicado.

- Sin embargo, a partir del análisis realizado en este trabajo, se comprendió que la identidad es un proceso que los sujetos construyen no sólo a la hora de publicar contenido en su red -fotos o videos- e interactuar con los demás usuarios -por medio del Me gusta, de la posibilidad de formar parte de una red de seguidores o comentar- sino que ella implica un proceso mucho más amplio. Estamos hablando que la construcción de la subjetividad no sólo es posible en el momento o después de realizar un posteo, sino que más bien constituye un proceso que comienza incluso antes de ello.

Como hemos visto, los individuos se preocupan por la fotografía no solo en el momento en que realizan una toma, cuando piensan en qué fotografiar y cómo hacerlo, qué incluir en la fotografía y qué no, en qué contextos hacerlo, o cuando por ejemplo, afirmábamos en el capítulo precedente en el apartado *El lenguaje de los cuerpos*, que observamos que los individuos aparecen posando en todas las fotografías tomadas. En ellas dijimos que hay una ausencia de lo espontáneo, lo cual por supuesto, tiene una significancia cuando hablamos del carácter meditado de las fotografías. Como bien decía Barthes (2006), retomándolo nuevamente en términos generales, la pose es una forma de adelantar una imagen de sí frente a los demás y es por ello que la fotografía entre otras cosas, es considerada como objeto de la intencionalidad del fotógrafo, así como de lo fotografiado. También los individuos se preocupan en el momento y el modo en que deben presentar la fotografía una vez tomada: para crear una imagen ideal de aquello que publican, los jóvenes eligen ciertos criterios de edición con el cual se identifican y ayudan al mismo tiempo a

forjar un estilo que los caracteriza.

Todo ello constituye consideraciones que hacen a la identidad y que están presentes en el backstage o detrás de escena, en este caso, de una fotografía. Hablamos de ello en el sentido que Goffman (1997) en *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, atribuye en su teoría de la metáfora teatral a la cual aludimos en el capítulo II, para denominar el comportamiento de las personas en una realidad determinada; en el cual el detrás de escena comporta el lugar en donde las personas preparan su papel para salir al escenario, en él está todo lo que no se puede ver. Hacemos esta analogía porque nos parece importante resaltar que una fotografía no es solo el resultado de aquello los individuos ven publicado o publican. Detrás de ella -y del perfil de un individuo- hay todo un manejo de impresiones, del mismo modo en que señala el autor en la vida social de las personas. Así, podemos decir que los usuarios siempre tienen en consideración lo que quieren transmitir -ya sea en cuestión de imagen,

hablando del contenido o del estilo por ejemplo, visto en *El contenido y la estética* del cap. II- a las personas que los siguen en la red, que vienen a conformar su red de seguidores en Instagram.

- Tras la observación de las fotografías, pudimos notar que muchos de los jóvenes no sólo utilizan las herramientas de edición de imagen que ofrece la plataforma, sino que también eligen otras que les dan posibilidades más amplias para mejorar su estética, como también lo dijimos anteriormente. Según el uso que le dan estos jóvenes, se encastran con la afirmación de que en Instagram se dejó de lado el concepto de lo instantáneo, propuesto como idea primaria de la plataforma. Los jóvenes que vemos se mueven en un ambiente que requiere detenimiento. Las “instantáneas” de los jóvenes constituyen hoy un conjunto de fotografías intervenidas por ellos mismos. Es por ello que en su uso, Instagram y sus usuarios necesitan de más tiempo, de una premeditación, de la atención a los más pequeños detalles y esto se debe - recalcamos- en gran medida a la posibilidad

de intervenir en la fotografía que el usuario tiene en su poder.

Sin embargo, es en este criterio que ellas dan la posibilidad de expresión y de diferenciación personal de la cual venimos hablando, porque cada individuo se diferencia o destaca de los demás gracias a ello. Los usuarios pueden manipular y presentar su perfil ante los demás de la forma más creativa que lo crean posible, expresando siempre por medio de ellas, factores de la personalidad. Entendida ésta última como el conjunto de comportamientos, pensamientos y sentimientos que hacen propio a cada sujeto.

Este hecho nos llevó a pensar también que cada sitio de red social tiene una singularidad propia y por ende herramientas y formas propias para construir o expresar elementos que conforman la identidad. Con esto, decimos que las singularidades de cada sitio de red social determinan la construcción de la identidad. Es por eso justamente, que se debe estudiar la construcción de la identidad según las características del medio. La construcción

de la subjetividad en Instagram, que se define por ser una red en la que el campo de lo visual predomina por sobre los otros, será diferente que en otras plataformas. En este sentido por ejemplo, Gardner y Davis (2014) cuando hablan acerca de la generación APP y por supuesto, sobre las APP, en el contexto creativo de los sujetos en cuanto a sus identidades, la describen como un medio en donde “el acto de creación queda circunscripto al código subyacente de la aplicación y al desarrollador que la ha diseñado” (pág. 148) en donde los usuarios deben adaptarse a las limitaciones de cada plataforma. A pesar de que este hecho sea cierto, los autores también sostienen dos aspectos con respecto a la imaginación y a la formación de la identidad. En la primera sostienen que las aplicaciones pueden tener un efecto negativo sobre nosotros en lo que respecta al desarrollo de habilidades nuevas, llevándonos a imitar las aportaciones de otros o por el contrario, pueden dar posibilidades de crear e imaginar nuevas identidades que pueden incluso ser más ricas.

Al respecto, nos inclinamos por esta segunda opción, los jóvenes de Instagram no se limitan solo a lo que la plataforma les ofrece en cuanto a su creatividad o más bien, la arquitectura de la misma no tiene en ellos un efecto restrictivo, sino todo lo contrario. Como bien vimos, muchos de ellos migran hacia otras aplicaciones que les permiten dar ese toque que buscan para sus fotografías y que no pueden encontrarlo en Instagram.

En el segundo aspecto correspondiente a la formación de la identidad, los autores explican que en las aplicaciones también podemos caer en ese círculo que nos lleva a imitar al otro o bien, como presentan varias opciones pueden ayudar a crear una identidad dentro de un proceso deliberado y flexible. Aquí nos inclinamos también hacia la segunda opción según lo observado a lo largo del trabajo. Los sujetos cruzan la barrera de las “limitaciones” que puede tener la plataforma y lo hacen de una manera creativa, porque con ello se destacan del resto y crean un contenido propio que los individualiza no sólo por la estética, sino que también por las historias que cuentan en

él. Y es el contenido, además de la estética que presenta, lo que hace que un sujeto se diferencie aún más del otro.

- Sobre este tema, plasmaremos entonces la idea de actualización permanente del Yo que hallamos en Instagram. Hemos visto que el punto en común en Instagram es el registro continuo de los momentos que conforman la vida cotidiana de las personas en forma de fotografía. En donde emerge la publicación de la rutina, hay un contenido autobiográfico y anecdótico. Es por ello que consideramos a la plataforma como un gran espacio en donde los individuos cuentan de forma paulatina sobre sus vidas en cada foto que actualizan. Los propios autores de Instagram la describen como una herramienta que permite materializar los momentos vividos en fotografías, transformándolos en recuerdos. Sibilia (2008) aborda este asunto haciendo referencia a la preocupación que hay en el hombre sobre esta acción y deseo de conservación que hay detrás de la toma de una fotografía; cuando por otro lado, Sontag (2006) atribuye la razón hacia la necesidad de fotografiarlo todo a la lógica del

consumo, en donde entiende que “consumir implica quemar, agotar; y por lo tanto, la necesidad de reabastecimiento. A medida que hacemos imágenes y las consumimos, necesitamos aún más imágenes; y más todavía (...) y como todas las variantes creíbles de la lujuria, nunca se puede satisfacer: primero porque las posibilidades de las fotografías son infinitas” (p. 250).

Las fotografías de los jóvenes constituyen un “arte narrativo”, entendidas a modo de Bruner (2013). Un arte -agregamos- por todo el proceso que hay detrás en la creación de las mismas y consideramos que las fotos constituyen una narración porque en ella se cuentan sobre las experiencias que los sujetos viven. Las fotografías son un relato de la vida de los jóvenes, ellas se manifiestan en un presente que es compartido -con los seguidores- y siempre actualizado -hacia adelante, en un tiempo futuro. Las publicaciones con estas características hacen de las fotografías un proceso inacabado, como mencionamos en *La voz de la fotografía*, cap. II, hacen que el presente que los individuos comparten sea actualizado

de manera ilimitada y de la misma forma, la expresión del Yo que el sujeto gestiona en ellas. En este contexto, hemos notado que los usuarios establecen una dinámica en donde las fotografías en Instagram pueden ser fácilmente producidas y rápidamente consumidas -principalmente cuando hablábamos del caso de las jóvenes que son las que más contenido semanal y diario actualizan- permitiéndonos pensar a la plataforma como una herramienta que renueva la producción de la fotografía, así como el significado que tiene la imagen en términos identitarios

Bibliografía

-BARTHES, Roland (2016). *La cámara lúcida: nota sobre la fotografía*. 12ª reimpresión. Buenos Aires, Paidós.

-BRUNER, Jerome (2013). *La fábrica de historias*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

-BOURDIEU, Pierre (2002). La juventud no es más que una palabra. En Sociología y cultura. México, Grijalbo, Conaculta. Recuperado de: <https://periferiaactiva.files.wordpress.com/2016/03/bourdieu-la-juventud-no-es-mc3a1s-que-una-palabra.pdf>

-FERREIRA DE PAULA, Daniela y GARCIA, Wilton (24 y 25 de noviembre de 2014). Comunicação, consumo e imagem no Instagram: estudos contemporâneos. *Encoi*. Recuperado de: <http://www.uel.br/eventos/encoi/anais/TRABALHOS/GT7/COMUNICACAO%20%20CONSUMO%20E%20IMAGE%20NO%20I.pdf>

-BOYD, Dana y ELLISON, Nicole (2007). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. Recuperado de: <http://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf>

-BRUBAKER, Roger y COOPER, Frederick (2001). Más allá de identidad. Recuperado de: <http://comunicacionycultura.sociales.uba.ar/files/2013/02/Brubaker-Cooper-espanol.pdf>

-GARDNER, Howard y DAVIS, Katie (2014). *La generación APP*. Buenos Aires, Paidós.

-GOFFMAN, Erving (1997). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires, Amorrortu editores.

-GRIMSON, Alejandro (1 de enero de 2010). Culture and Identity: two different notions. *Social Identities*, Vol. 16, (Nº1), p. 63 a p. 79. Recuperado de: <http://comunicacionycultura.sociales.uba.ar/files/2013/01/Cultura-e-Identidad-grimson.pdf>

-HALL, Stuart (2003). ¿Quién necesita identidad?. En: Stuart Hall y Paul du Gay. *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires, Amorrortu.

-HALL, Stuart (2010). *Sin garantías: Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. Colombia, Enviñón editores.

-HINE, Christine (2004). *Etnografía Virtual*. Barcelona, UOC.

-JENKINS, Henry (2008). *Convergencia cultural*. Barcelona, Paidós.

-LEVY, Pierre (1999). *¿Qué es lo virtual?*. Barcelona, Paidós.

-MANOVICH, Levy (2006). Notes on Instagrammism and mechanisms of contemporary cultural identity (and also photography, design, Kinfolk, kpop, hashtags, mise-en-scène, and состояние). Recuperado de: <http://manovich.net/content/04-projects/093-notes-on-instagrammism-and-mechanisms-of-contemporary-cultural-identity/notes-on-instagrammism.pdf>

-MCLUHAN, Marshall (1977). *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*. México, Diana.

-MORDUCHOWICZ, Roxana (2008). *La generación multimedia*. Buenos Aires, Paidós.

-MORDUCHOWICZ, Roxana (2012). *Los adolescentes y las redes sociales*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

-MORDUCHOWICZ, Roxana (2013). *Los adolescentes del siglo XXI: los consumos culturales en el mundo de las pantallas*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

-O REILLY, Tim (2005). *Qué es la web 2.0*. Recuperado de: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> WEB

-PRENSKY, Marc (Octubre de 2001). *Digital Natives, Digital Immigrants. On the horizon*, MCB University Press, Vol. 9, (Nº5), p. 1 a p. 6. Recuperado de:

<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>

-RESTREPO, Eduardo (2007). *Identidades: planteamientos teóricos y sugerencias metodológicas para su estudio*. Jangwa Pana, (Nº5), p. 24 a p. 35.

-SIBILIA, Paula (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

-SONTAG, Susan (2006). *Sobre La fotografía*. México, Alfaguara.

-TORRES, María Lorena e IGLESIAS DOSIL, María Noelia (2012). Del graffity a la foto en el muro de Facebook. *Revista Tram[p]as de La comunicación y La cultura*, (71), 78-85.

-TURKLE, Sherry (1992). *La vida en La pantalla*. Buenos Aires, Paidós.

-ZECCHETTO, Vitorino y BRAGA, María Laura (2001). *En medio de La comunicación*. Quito, Ecuador, Abya- Yala.

-ZECCHETTO, Vitorino (2002). *La danza de Los signos. Nociones de semiótica general*. Quito, Ecuador, Abya- Yala.

Anexos

Fotografías de los perfiles
analizados

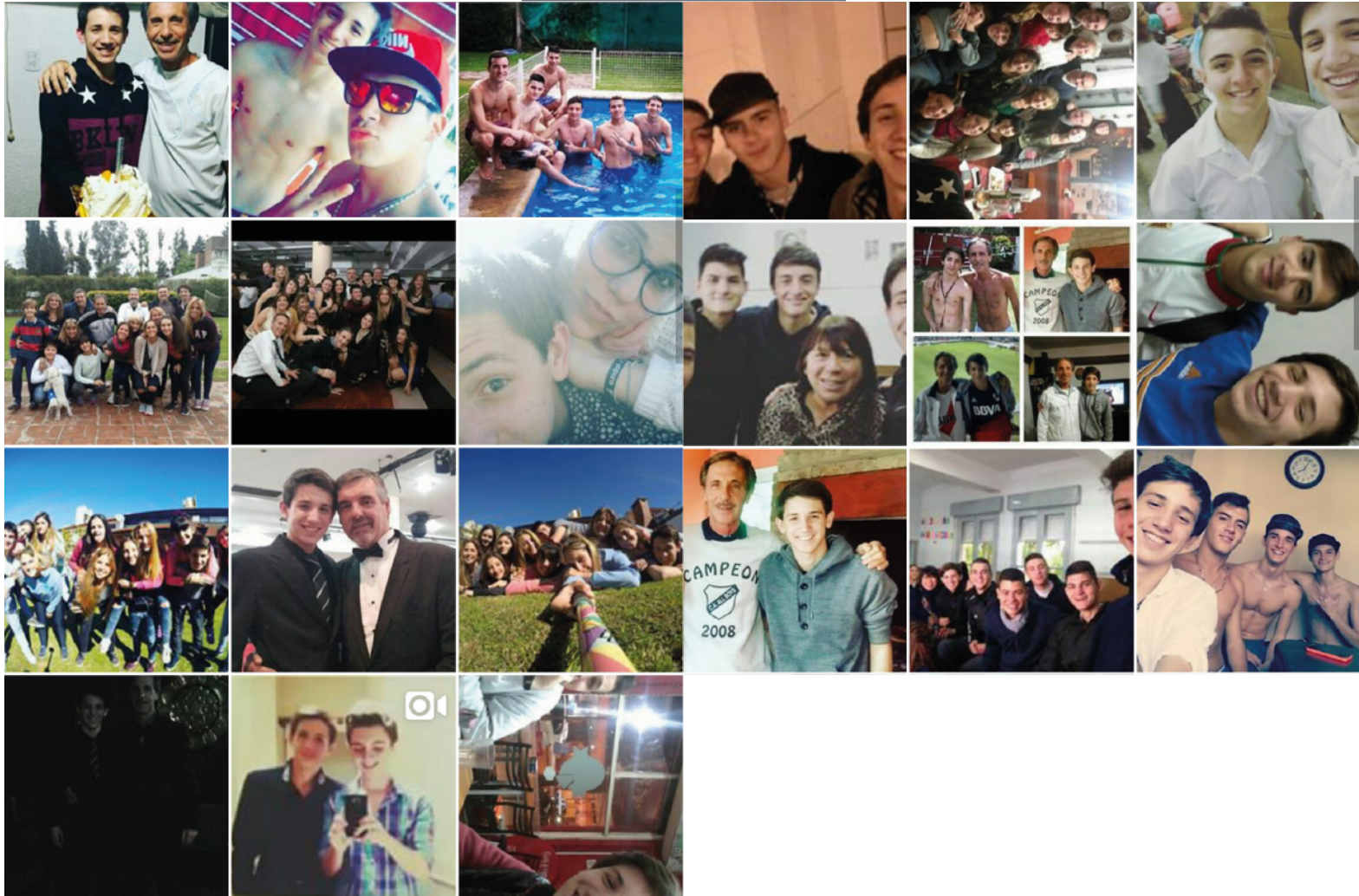
@cordobagus_



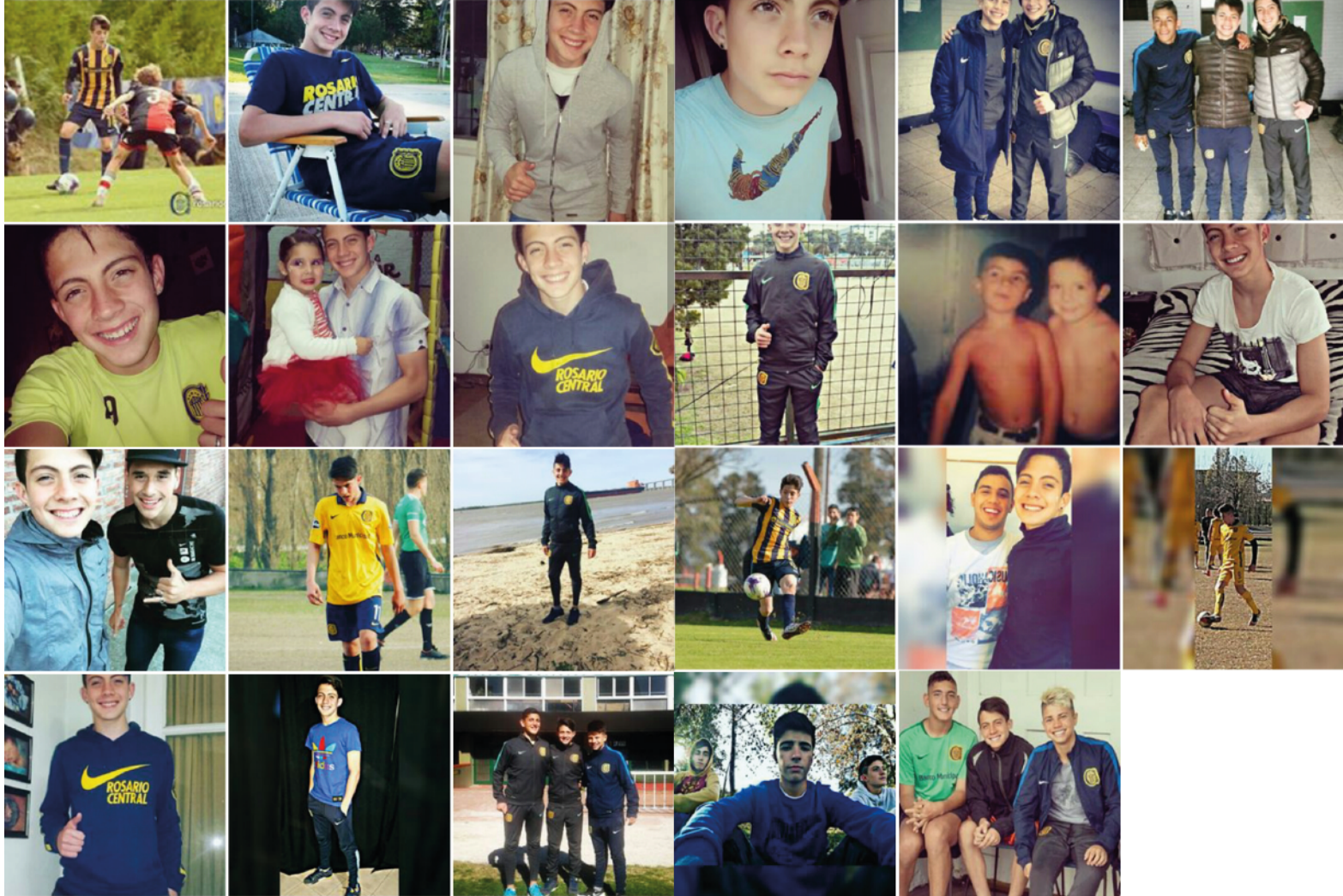




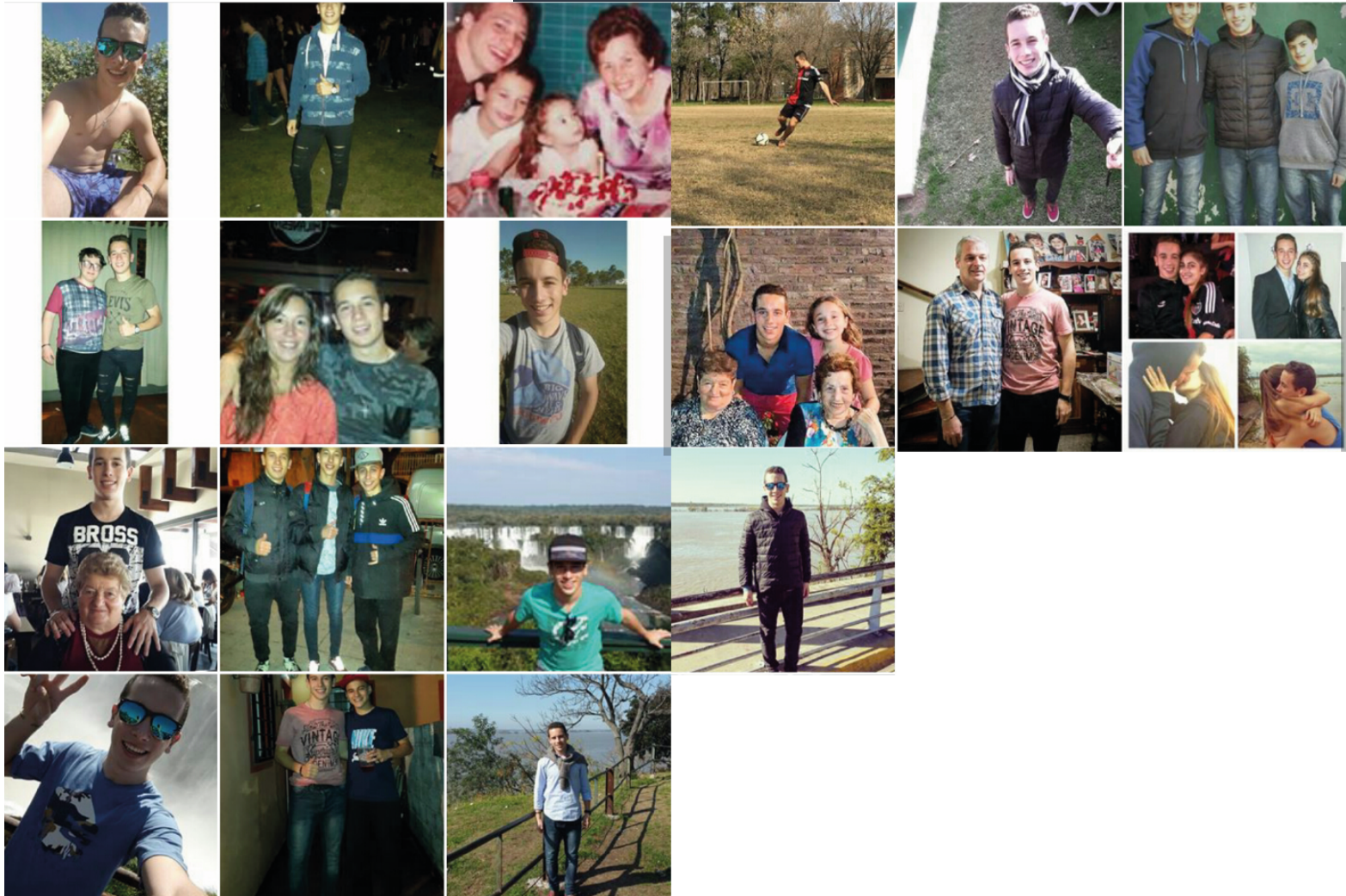
@juaneeflematti



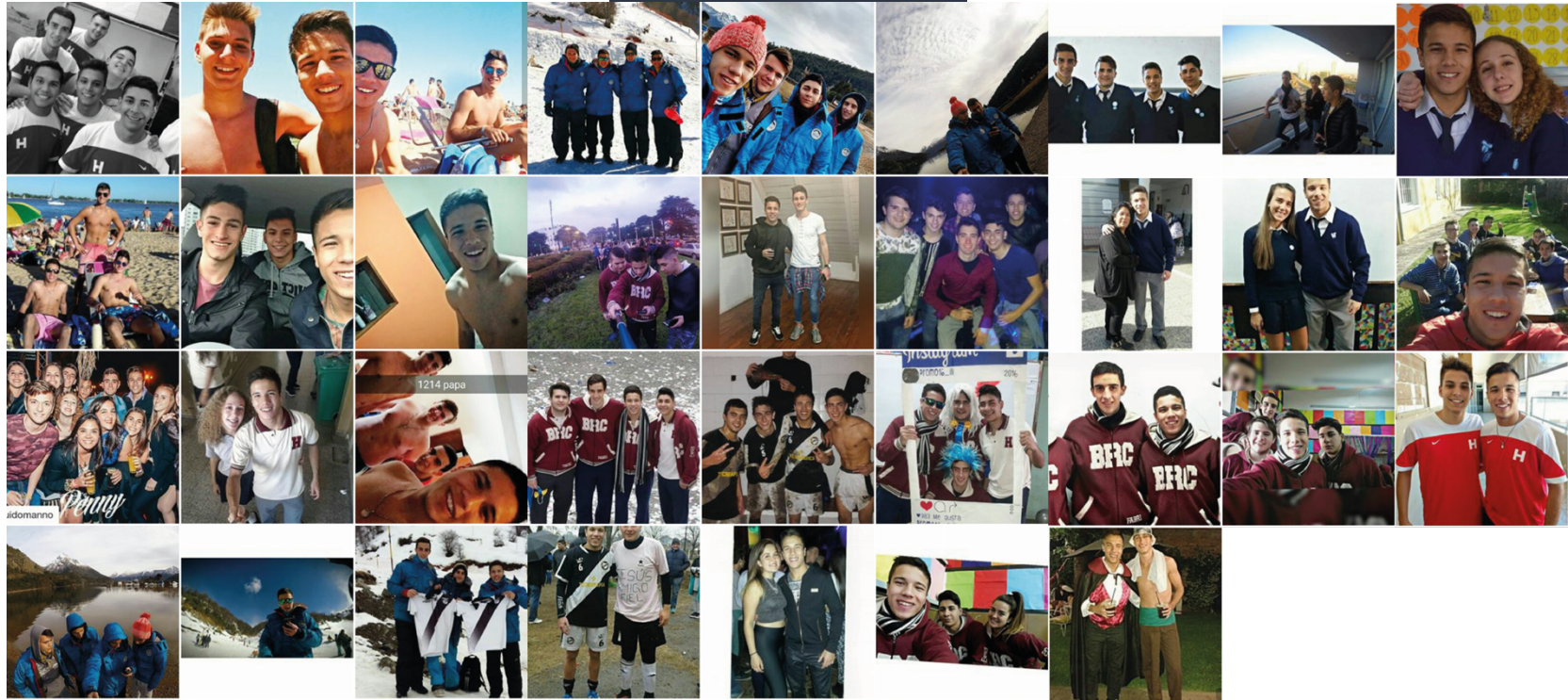
@nico_rosa9



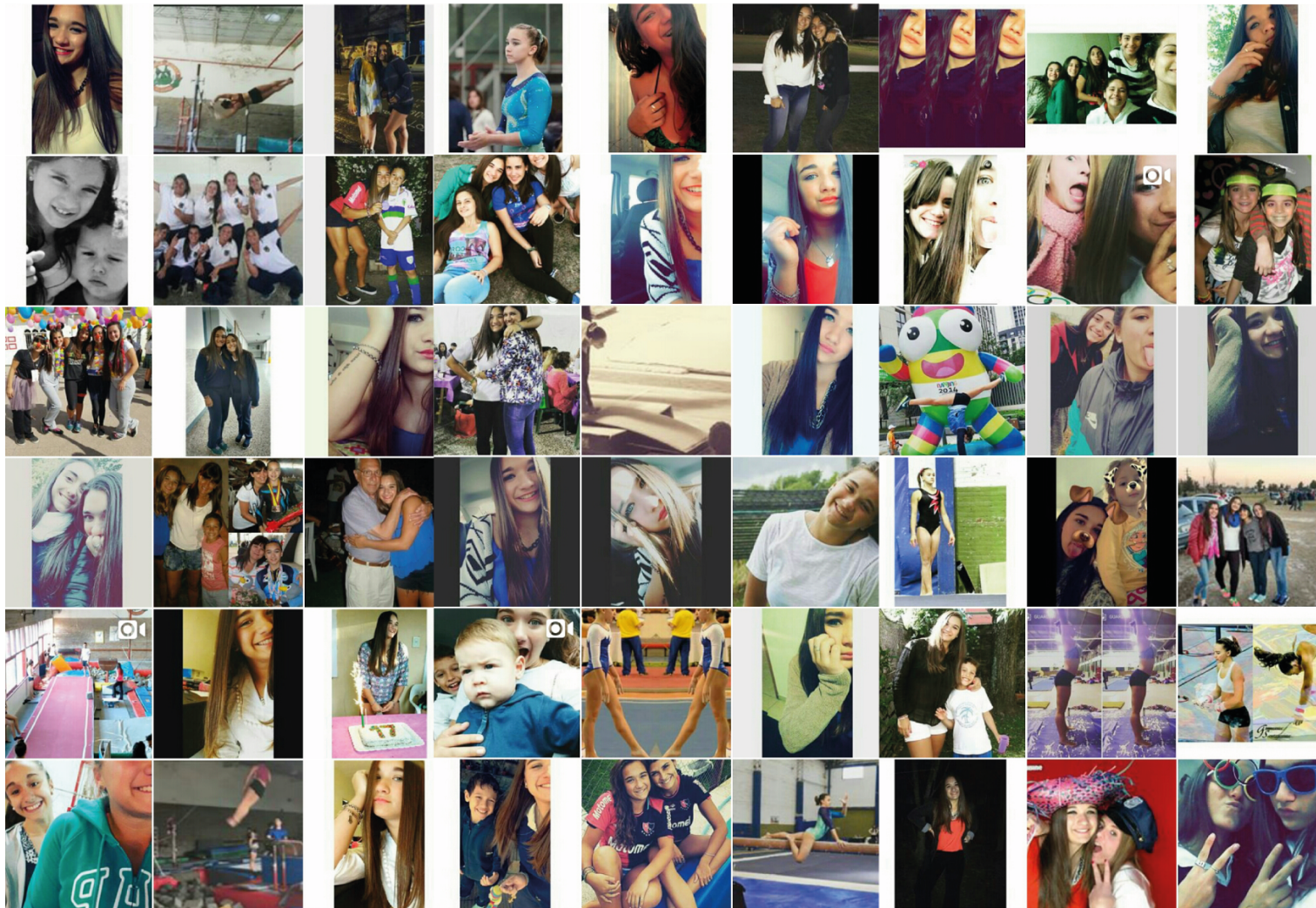
@matiimancini

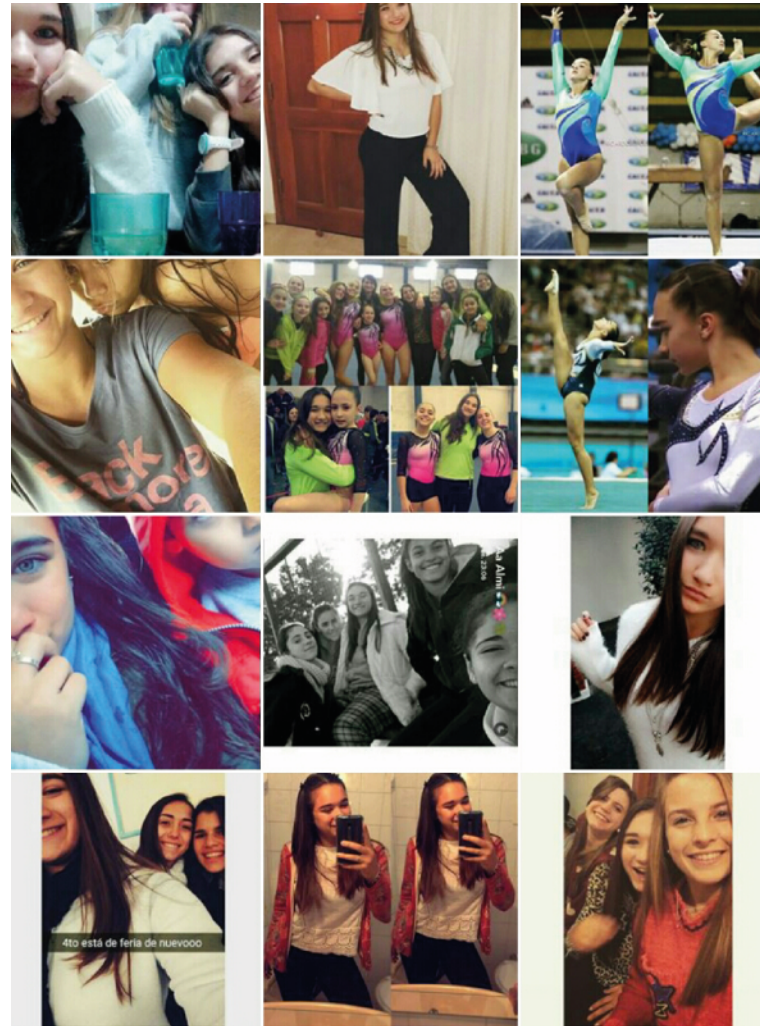


@tuteemontero

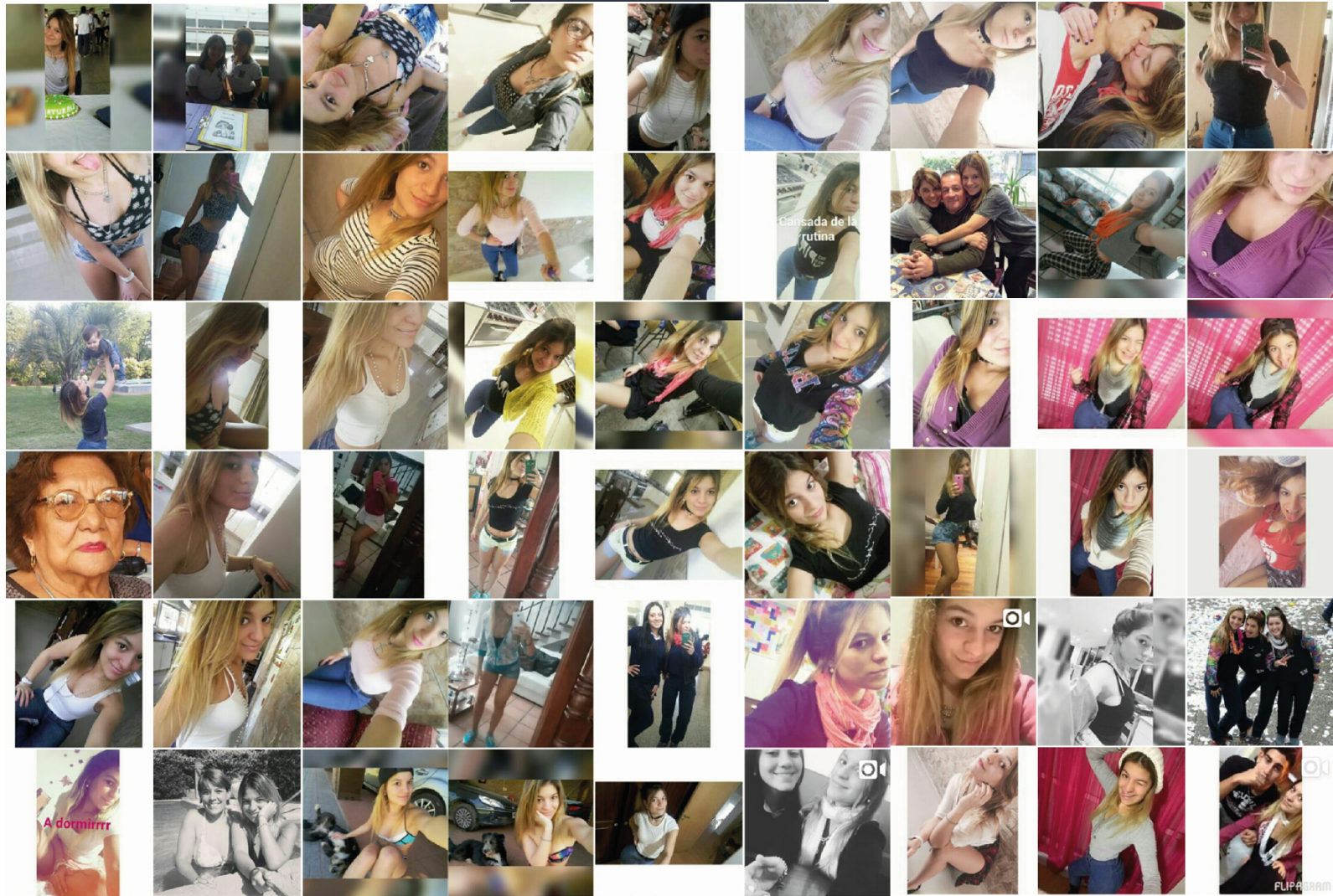


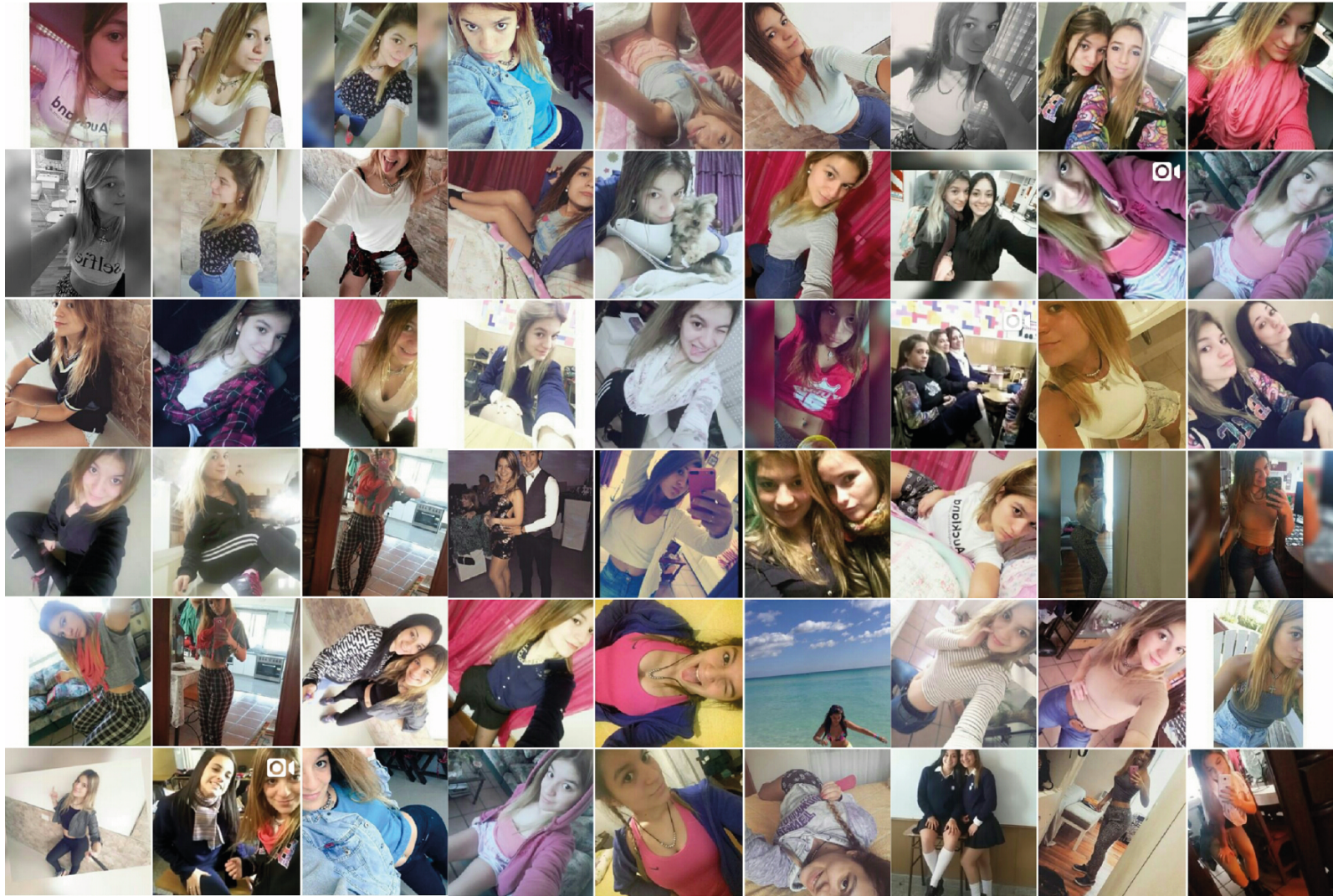
@aguus_santamaria





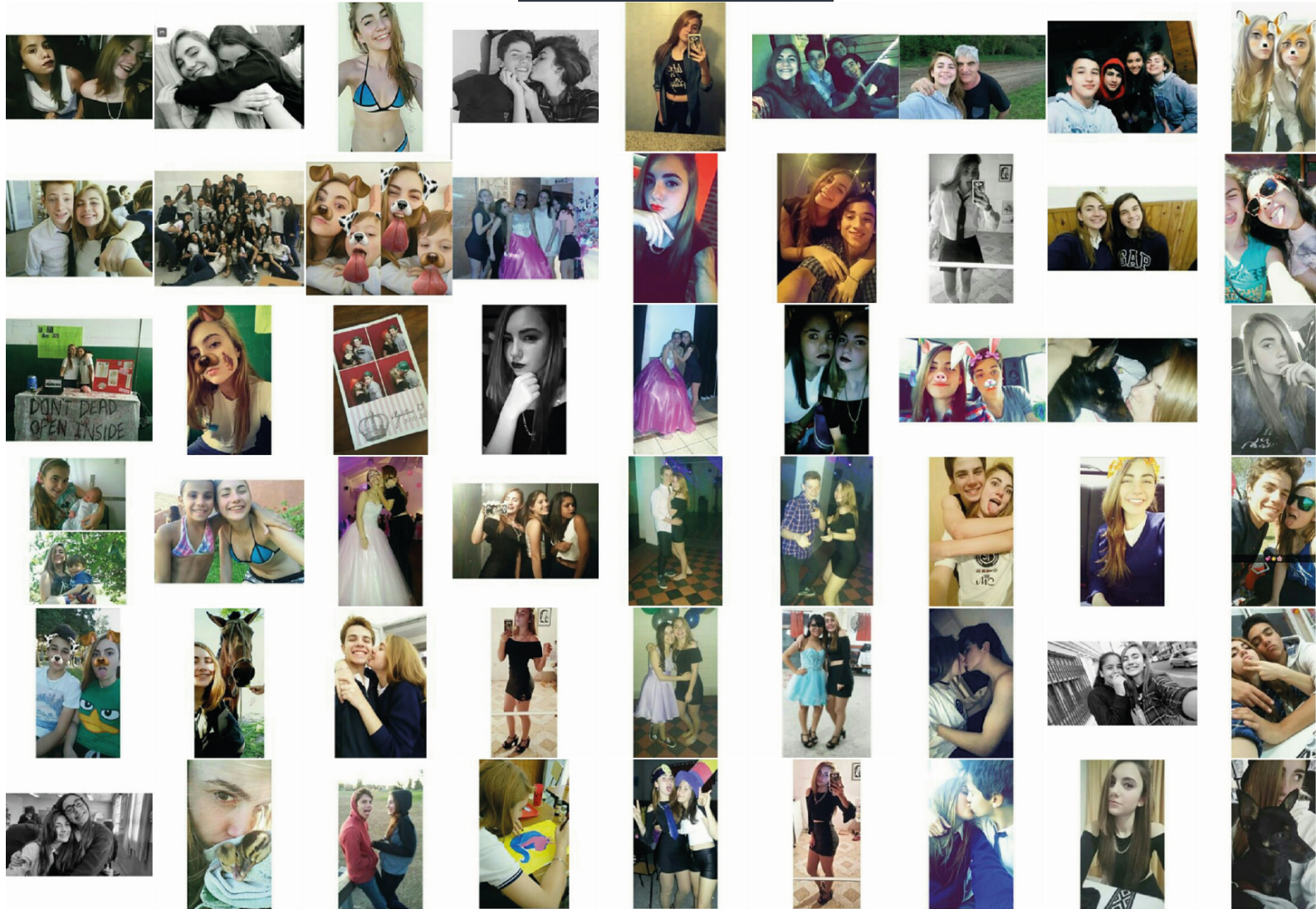
@antoecergovic

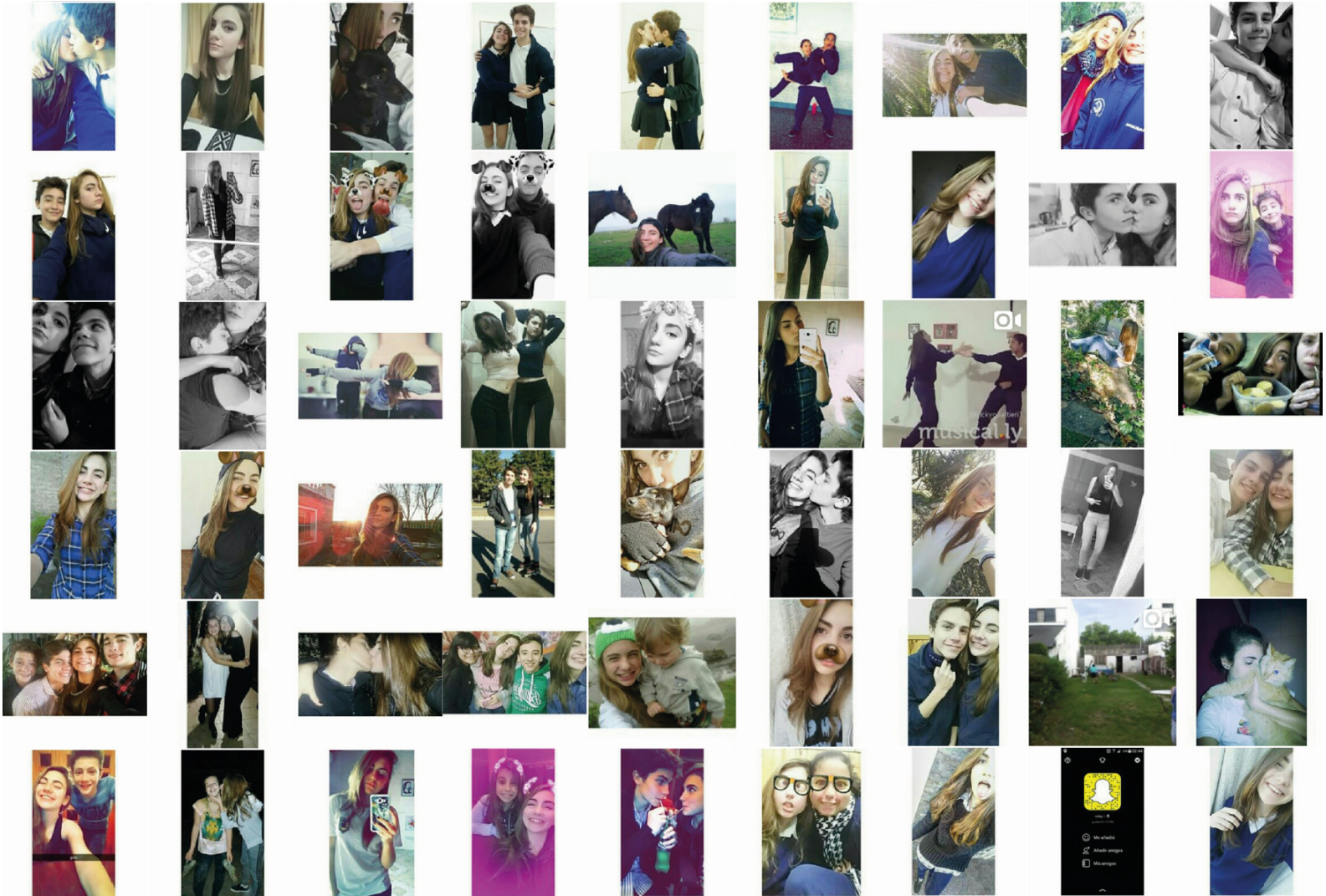


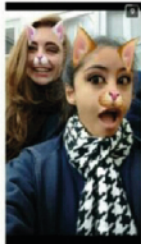




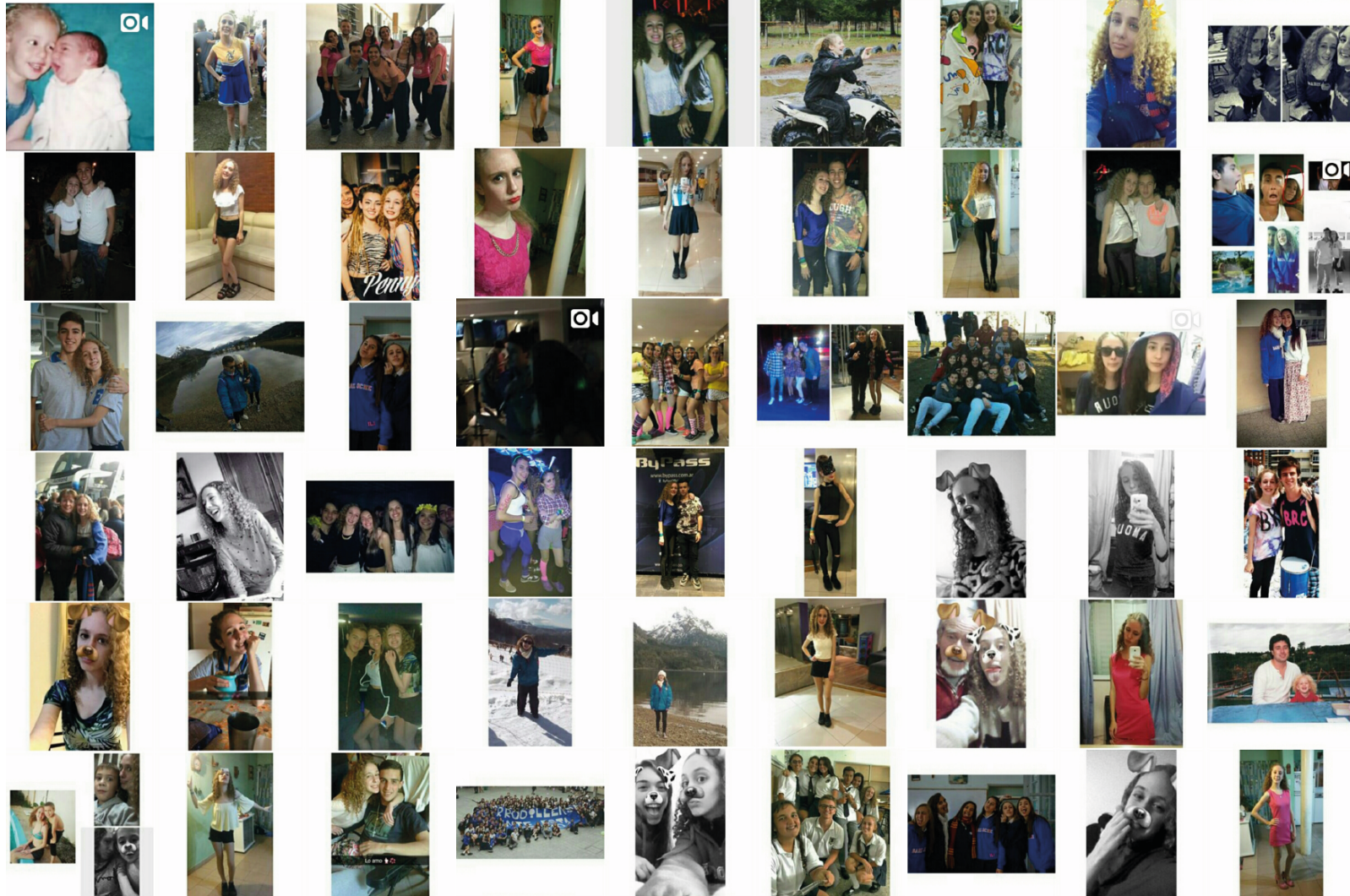
@vivkygualtieri







@anitagaggiotti





@kiaramochi12

